

Comercios que son vida para la ciudad

El comercio local o de barrio se ha convertido en una de las señas de identidad de Alicante. Establecimientos muy identificados con la idiosincrasia de los barrios donde se ubican y que tejen una red de vínculos interpersonales que van más allá de la simple relación

comercial. La pandemia les ha golpeado con dureza y necesitan de la ayuda de las administraciones, pero su ilusión y sus ganas de seguir adelante sigue firme porque son, como ellos mismos perciben, «alma, vida y corazón de nuestros barrios».

Carlos Baño

Presidente de la Federación de Comercio de la Pequeña y Mediana Empresa de la Provincia de Alicante (Facpyme) y vicepresidente de Confecomerc

«El comercio y su sector hermano que es la hostelería son dos factores sin los

cuales una ciudad o un pueblo no tienen vida. Estos sectores son, además, la punta de lanza de la economía de nuestra provincia, pero fundamentalmente son la espina dorsal para la cohesión del territorio y para su crecimiento social y económico, porque aportan alegría a las calles y son lugares donde se favorecen las relaciones interpersonales y la desescalada en cuanto a restricciones está contribuyendo a recuperar poco a poco esa normalidad que todos queremos y que los comercios desean.

No obstante, no debemos olvidar que el daño que ha provocado la crisis es muy importante y seguimos necesi-

tando ayudas para poder recuperarnos y evitar que sigan cerrando negocios. La administración debe ser consciente de ello, porque somos uno de los sectores más golpeados por la pandemia y al mismo tiempo uno de los sectores clave para la recuperación desde el punto de vista económico y social.

Somos, además, el sector económico que más empleo genera en España –cerca de 3,25 millones de personas–, en la Comunidad Valenciana –casi 377.000 afiliados a la seguridad social– y en la provincia de Alicante –unas 138.000 personas– y por tanto el impacto socioeconómico es muy importante. Por ello hace falta que nos den un respiro, a nivel fiscal y con ayudas directas.»



Eladio Bermejo, Dori Martínez y Román Moreno

Mercado Central

«El pequeño comercio en general, y los mercados en particular, hemos sido el eje vertebrador desde donde ha crecido el tejido productivo y social de nuestros pueblos y las ciudades. Somos fundamentales en la

«La respuesta que hemos dado durante la pandemia nos ha vuelto a poner de moda»

vida diaria de las personas, más aún durante la pandemia porque hemos estado al pie del cañón cuando la ciudadanía nos ha necesitado y esta es una clave que la gente valora.

Creo que el haber vivido una situación como esta, y las

consecuencias que todavía se producen, y la respuesta que hemos dado está haciendo que las personas vuelvan su mirada hacia nosotros, y en cierto modo nos hemos vuelto a poner de moda. La gente valora cada vez más una compra más consciente, más ética, una compra que genere riqueza en el territorio, que deje aquí los beneficios y no se vaya a otros lugares.

Estamos impulsando campañas, también, que persiguen crear sinergias e incentivar el consumo en los comercios vecinos. Y desde el punto de vista de los mercados, estamos apostando por los productos de kilómetro cero y contribuyendo, de este modo, a la sostenibilidad de nuestro entorno.»



Lorena Gadea

Futurópticas (Pla-Carolinas)

«Damos vida a los barrios, somos su corazón»

«La relación entre el comercio de barrio, de proximidad, con nuestros clientes va mucho más allá. Somos una parte de su familia y ellos son una parte de la nuestra, porque las relaciones interpersonales que se establecen crean fuertes vínculos. Nos ponemos nombres y apellidos, nos echamos en falta cuando pasa un tiempo y no

nos vemos.

Esa cercanía, ese alejamiento de planteamientos impersonales, es lo que ha convertido el trato personalizado y de calidad en una de las señas de identidad del pequeño comercio, lo que hace que seamos atractivos y necesarios para el crecimiento social y económico de los entornos urbanos.

Hemos vivido meses duros en lo económico, pero también hemos visto que las calles con comercios y con restaurantes cerrados pierden ritmo, pierden luminosidad. Nuestros escaparates alumbran, damos seguridad, dinamizamos la vida de las ciudades, y ello contribuye a que haya gente en las calles. En definitiva, significamos mucho más que un balance económico, damos vida a los barrios, somos su corazón.»



David Lloret

Farmacia Lloret Pajares (Benalúa)

«El comercio de proximidad aporta alma a las ciudades»

«El pequeño comercio es fundamental primero por la visibilidad y el alma que le da a los barrios y al centro de las ciudades y que los hace especiales. Muchos barrios tienen entidad cultural propia, pero a ello también contribuye el tejido comercial de esos espacios urbanos. Una ciudad sin comercios de proximidad es una ciudad sin alma. Cadenas comerciales hay en todas partes pero probablemente Eutimios o Nou Manolines no, y este tipo de establecimientos también hacen diferente a nuestra ciudad y le dan fama.

Muchos establecimientos comerciales y de hostelería son emblema de barrios, de pueblos y de ciudades, por ello hay que tratar de proteger el comercio local, porque su deterioro va en detrimento de todo el barrio y del centro de una ciudad.

Del mismo modo que todo barrio o área urbana tiene que tener una serie de servicios como colegios o centros de salud, tiene que tener también un espa-

cio comercial adecuado a las necesidades de los vecinos y ahí entra también la necesidad de que las autoridades hagan un esfuerzo por mejorar la ordenación del comercio para favorecer que la gente pueda acceder a ellos y facilitar el éxito de los mismos.

El sentimiento de pertenencia de los comerciantes a los barrios es muy fuerte y eso son valores intangibles que también hay que tener en cuenta por lo que aportan a la vida cotidiana.»



Asun Córcoles

La Orquídea (Centro)

«A veces nos convertimos en psicólogos escuchando y ayudando a nuestros vecinos»

«El pequeño comercio aporta indudables beneficios en lo económico, pero también aporta mucho más. El comercio da calor humano a los barrios y a las ciudades y la personalizan, porque se establece una relación vecinos-comer-

cio que va más allá de una simple transacción comercial, es una relación humana.

En muchos momentos, incluso, los comerciantes se convierten en psicólogos escuchando las situaciones por las que atraviesa la gente cada día y generando acercamiento y afecto. Además, damos categoría a las ciudades, porque más comercio, más hostelería y ocio aportan grandeza a los barrios, y por extensión a las ciudades.

El comercio aporta también valor al entorno en el que se ubica revalorizándolo, da seguridad tanto a los vecinos, porque sabe que estamos al lado y somos uno de ellos, como a los viandantes por la actividad que generamos. Iluminamos también las calles con nuestros escaparates y eso contribuye a dar seguridad y alegría, y además contribuimos a mantener un entorno cuidado y atractivo para los ciudadanos y visitantes.

En definitiva, sin comercio no hay vida.»



Noelia Ñeco y Carmen Heredia

(Centro)

«Los comerciantes somos luchadores incansables y vemos el futuro con esperanza»

«Ahora mismo vivimos en un interrogante por todo lo que hemos pasado, pero vemos el futuro con esperanza porque si algo caracteriza a los comerciantes de Alicante es que somos luchadores incansables y con un espíritu de trabajo excepcional. Aho-



ra mismo estamos en una carrera de obstáculos, marcándonos metas a corto plazo cada campaña, y nos gustaría más ayuda por parte de las administraciones, pero con las vacunas y la mayor movilidad y afluencia de turistas vamos viendo la luz al final del túnel y encaramos con optimismo e ilusión el futuro.

Los comercios aportamos un plus a nuestros barrios más allá de lo económico. Nos hemos convertido en amigos e incluso en una suerte de psicólogos para muchas personas que están sufriendo dramas personales y que por nuestra cercanía y trato casi familiar confían en nosotros, en que simplemente les escuchemos y que les arrojemos en situaciones diarias verdaderamente duras.

Una ciudad, un pueblo o un barrio no se pueden permitir más cierres de locales y que se deteriore el comercio de proximidad, puesto que esto repercute en menos alegría en las calles, en pérdida de calidad de nuestro entorno, en menos seguridad y limpieza, y al final estamos hablando de un sector que aporta vida al entorno más cercano y al conjunto de una población.»