

«Las ferias son poderosos medios generadores de actividad mercantil y de consumo»

cal, los tres representantes de los comerciantes asienten que hacen falta más. «Nuestra pelea es también conseguir tener una mayor dotación económica para hacer campañas de dinamización del comercio, y dentro de estas ferias son importantes».

#### Las administraciones

Para celebrar este tipo de eventos multitudinarios es imprescindible la colaboración de la administración local del municipio donde se organizan. Pero, ¿qué suponen para estos ayuntamientos? «Organizarlas es mucho trabajo, muy minucioso y complejo. Hay que estar pendiente de organizar muchas cosas de numerosos sectores, ubicación, comercios, cultura, infraestructura, logística, feriantes, permisos...», explica Raquel García, concejala delegada de Cultura y Comercio del Ayuntamiento de Albal.

Por su parte, Amparo Sanjuán, concejala de Comercio de Alfajar, refuerza la complejidad que supone organizar este tipo de ferias, pero ve «imprescindible» dar visibilidad al comercio local, ante la «creciente práctica de comprar online a grandes superficies».

A pesar de la complejidad, el impacto de estos eventos es tan importante que se promueven y mejoran cada año. «Las ferias son poderosos medios generadores de actividad mercantil y de consumo, que mejoran e impulsan la imagen del lugar donde se celebra. Por este motivo, siempre son beneficiosas para el pueblo, puesto que promocionamos nuestra cultura y desarrollan el comercio local y atraen a miles de visitantes», defiende García (Albal). Además, el feedback que reciben de los comerciantes locales también es positivo. «Están predispuestos a participar, puesto que son conscientes de las ventajas que les ofrece una feria: concentran oferta y demanda en pocos días, favorecen la comunicación personal con los clientes y son un escaparate», concluye.

Robert Raga, alcalde de Ribarroja de Túria, declara que «es necesario impulsar iniciativas de apoyo y dinamización del tejido empresarial y comercial al entender su importancia por cuanto son una parte fundamental en la creación de puestos de trabajo, generación de riqueza y, además, son un elemento esencial de cohesión de la sociedad local».

## Maribel Sáez

► DIRECTORA GENERAL DE COMERCIO, ARTESANÍA Y CONSUMO DE LA GENERALITAT VALENCIANA

# «Una ciudad sin comercio es una ciudad dormitorio»

Para el 57 % de los consumidores valencianos la proximidad es el aspecto más destacado cuando se trata de elegir el establecimiento para realizar la compra de alimentación

CANDELA GARCÍA, VALÈNCIA

■ Con motivo del Día del Comercio Local, la directora general de Comercio, Artesanía y Consumo de la Generalitat Valenciana, Maribel Sáez, aborda la situación actual del comercio de proximidad y los retos que se le presentan.

❶ ¿Qué supone la organización de ferias para los comercios locales?

❷ Soy una firme defensora de las ferias comerciales por lo que suponen para el comercio local y para el municipio donde se realizan. Al cierre de este ejercicio, desde mi dirección general se aprobaron alrededor de 120 solicitudes para hacer ferias y este año vamos a destinar más de medio millón de euros para su celebración. La organización de este tipo de actividades representa una oportunidad para que los comercios locales muestren a los consumidores de forma conjunta, organizada y atractiva la oferta comercial de un municipio. Es una forma de visibilizar a los negocios del municipio que, sin duda, refuerza su capacidad de fidelización sobre los clientes locales; además, puede permitir atraer nuevos segmentos de clientes, puesto que este tipo de eventos genera habitualmente una atracción de consumidores de otros municipios e incluso son un reclamo turístico.

❸ ¿Cuáles son las ventajas de comprar en el comercio de proximidad?

❹ Una ciudad sin comercio es una ciudad dormitorio y nosotros trabajamos con el sector para tener ciudades muy vivas. Como consumidores, encontramos numerosas ventajas al comprar en comercios de proximidad. En primer lugar, porque podemos adquirir productos locales y de calidad con un trato cercano y personalizado. Para el



La directora general de Comercio, Artesanía y Consumo, Maribel Sáez.

57 % de los consumidores de la Comunitat Valenciana, la proximidad es el aspecto más destacado cuando se trata de elegir el establecimiento para realizar la compra de alimentación, por delante de otros aspectos como la relación calidad-precio (34,4 %) o el precio más bajo (31,8 %). Además, la compra de proximidad no requiere de grandes desplazamientos y es inmediata, sin esperas ni entregas costosas, por lo que genera un menor impacto ambiental. Finalmente, repercute en una mayor vitalidad de nuestros barrios y contribuye al dinamismo económico y social de nuestras ciudades. Este año hemos destinado solo en subvenciones de concurrencia competitiva más de 20 millones, por lo que la creencia del gobierno por el comercio local es clara.

❺ ¿Por qué es importante pro-

mover iniciativas o campañas de comercio local?

❻ Los cambios en los hábitos de los consumidores y la competencia de los distintos formatos y canales hacen cada vez más necesaria la promoción del comercio local y su posicionamiento como una opción atractiva para los consumidores. Especialmente, en el caso de los consumidores más jó-

«Desde la pandemia se ha generado una mayor conciencia de apoyo al comercio local»

venes es necesario comunicar la cantidad, variedad y calidad de los comercios que tienen a su disposición en sus municipios. Sin duda, las campañas e iniciativas de promoción permiten dirigirnos a los consumidores y apelar a la compra local como una opción que beneficia a toda la comunidad.

❼ ¿La sociedad está sensibilizada en la compra de los negocios locales? ¿Hace falta más concienciación?

❽ La compra de proximidad es un valor en alza, especialmente desde la pandemia, cuando como sociedad fuimos conscientes del papel esencial que tienen los negocios locales tanto en la economía como desde el punto de vista de la cohesión social. En general, se ha generado una mayor conciencia de apoyo al comercio local y los valores asociados con estos comercios. Los valencianos somos cada vez más conscientes de nuestro papel como consumidores y de los beneficios que tiene la compra en los negocios locales. No obstante, es un tema que debemos seguir reforzando en las distintas campañas y acciones.

❾ Por último, ¿qué mensaje daría a la ciudadanía para que asistiera a las ferias de comercio de su localidad e hiciera más uso del comercio de proximidad?

❿ Es una excelente oportunidad de conocer la oferta comercial de un municipio de una manera atractiva y divertida. Además, la participación en este tipo de acciones refuerza la economía del municipio, lo que beneficia a toda la Comunitat Valenciana. Para nosotros, el pequeño comercio es un sector estratégico y nuestro día a día es trabajar en políticas activas, de la mano del sector y de las asociaciones, para que lo siga siendo.

