



BALANCE DE CONFECOMERÇ CASTELLÓN

El comercio local vende un 5% más en rebajas, pero duda del beneficio

▶ Instan a los nuevos ejecutivos a activar medidas de apoyo, como los bonos

▶ Advierten de la falta de relevo generacional para garantizar la continuidad del sector

IVÁN CHECA
 ichecagonzalez@mediterraneo.elperiodico.com
 CASTELLÓN

Pasado el ecuador de la campaña de rebajas de verano, el pequeño comercio de la provincia de Castellón aprecia un incremento de las ventas, aunque duda de que a fin de cuentas sea una buena campaña por el aumento de los costes que debe asumir.

Así lo explicaron ayer el presidente y la secretaria de Confecomerç Castellón, Juan Adsuara y Tere Esteve. «La campaña ha sido un 5% mejor que la del año pasado», valoró Esteve, advirtiendo que pese a la mejoría «los costes han subido mucho y no se llegará ni mucho menos a las ganancias de antes de pandemia. Los beneficios no serán los mismos».

La entidad, que aglutina a gran parte del comercio minorista de la provincia, aprovechó la ocasión para instar a los nuevos gobiernos, tanto municipales como provinciales y autonómicos, a activar medidas de apoyo. «Con la subida de los costes energéticos la ayuda ha sido prácticamente cero», aseveraba Adsuara, recordando las cuantías adicionales que han tenido que abonar sectores como el de la panadería. «Es un momento

crucial», añadió Esteve, aportando que «todavía no ha terminado el cierre de tiendas, por lo que el desenlace dependerá de las políticas que se activen ahora», subrayó.

DINAMIZACIÓN // También aludió a medidas que resultarían favorables para dinamizar el sector, como los bonos comercio, además de consensuar la ley de comercio sostenible con las pequeñas empresas, reducir la presión fiscal, equiparar los impuestos entre establecimientos físicos y *on line* o la incorporación de cierta flexibilización normativa como la reducción de la burocracia.

Los representantes de Confecomerç hicieron mención a la necesidad de impulsar ayudas a la digitalización, incentivar centrales de compra para ganar competitividad o favorecer con otras acciones que se mantenga el comercio de proximidad en las ciudades.

Esteve puso sobre la mesa otro problema del clúster, la falta de relevo generacional. «Pocos jóvenes se quedan y toman el testigo de sus padres que han sido comerciantes, pese a que están muy preparados para hacerlo. Necesitamos que venga gente nueva», resumió con el objetivo de garantizar la continuidad del sector. ≡



GABRIEL UTIEL / IVÁN CHECA

El pequeño comercio de Castellón ha experimentado un aumento de las ventas en la campaña de rebajas estival.

acción promocional

Los principios, el eje de las tiendas



Juan Adsuara y Tere Esteve, de Confecomerç Castellón, presentaron la acción.

Fresco, cercano o humano son solo algunos de los principios que definen el pequeño comercio y que Confecomerç ha querido poner en valor a través de la campaña *El principio de los principios*, que da seguimiento a la an-

terior *Principios para recuperar los principios* ante el éxito que tuvo.

La agrupación del sector de Castellón pretende promocionar los establecimientos durante el mes de agosto mediante una acción que se desarrollará en redes

sociales y cuenta con una treintena de premios a sortear entre los participantes, que guardarán relación con la nueva campaña.

«Queremos concienciar y sumar más ciudadanos que apuesten por la riqueza del territorio, se preocupen por los productos autóctonos y sean conscientes de la repercusión que tiene su compra en el comercio», explicó la secretaria general de Confecomerç Castellón, Tere Esteve.

CARTELERÍA // Además de la iniciativa en redes sociales, las tiendas contarán con cartelera poniendo en valor el principio que define mejor cada ámbito de su actividad, complementado la campaña especial con unos vídeos personalizados a través de la página web *principiospararecuperarlosprincipios.es*. I. CHECA