

Q

#Compra **aour**
COMUNITAT VALENCIANA

EL PERIÓDICO DE **aour** Día del Comercio Local



El comercio valenciano renace ▶ P3

▶ **MARIBEL SÁEZ:** “El sector está viviendo un cambio profundo, pero está sabiendo adaptarse”. ▶ **PÁG. 4-6**

▶ **DANA.** El 85% de las empresas de la zona cero está activo un año después de las riadas. ▶ **PÁG. 8-9**

▶ **MERCADOS.** Del mercado a la experiencia: los espacios tradicionales se reinventan. ▶ **PÁG. 10-11**

MÁQUINA TÚ

que no renuncias
a que te atiendan
en persona.



Únete a la
REVOLUCIÓN de
LOS MÁQUINAS

EUROCAJA RURAL
La banca que tú quieres

Opinión

EL PERIÓDICO DE aquí

© Medios Impresos y Digitales de Aquí S. L. no puede ser reproducida, distribuida, comunicada públicamente o utilizada, ni en todo ni en parte, ni registrada en, o transmitida por, un sistema de recuperación de información, en ninguna forma, ni por ningún medio, sea mecánico, fotoquímico, electrónico, magnético, electroóptico, por fotocopia o cualquier otro, ni modificada, alterada o almacenada sin la previa autorización por escrito de la sociedad editora. Queda expresamente prohibida la reproducción de los contenidos de Medios Impresos y Digitales de Aquí S. L. a través de recopilaciones de artículos periodísticos, conforme al Artículo 32.1 de la LEY 23/2006, texto refundido de la Ley de Propiedad Intelectual. Para autorizaciones: redaccion@elperiodicodeaqui.com.



Calle Pintor Rafael Solbes, 12 Bajo
46017- Valencia

Teléfono: 691 516 509
Publicidad: 691 516 508

redaccion@elperiodicodeaqui.com
www.elperiodicodeaqui.com

DIRECTOR Y FUNDADOR:
PERE VALENCIANO

JEFA DE REDACCIÓN:

JUDITH CELMA
judith@elperiodicodeaqui.com

Delegados:

VALENCIA:
Borja Pedrós
valencia@elperiodicodeaqui.com

CASTELLÓN:
Raúl Lilaó
castellon@elperiodicodeaqui.com

ALICANTE:
alicante@elperiodicodeaqui.com

CAMP DE MORVEDRE:
Borja Pedrós
morvedre@elperiodicodeaqui.com

L'HORTA NORD:
Ada Dasí
horta@elperiodicodeaqui.com

L'HORTA SUD:
Ada Dasí
hortasud@elperiodicodeaqui.com

**CAMP DE TÚRIA / LA SERRANÍA /
RINCÓN DE ADEMÚZ:**
Judith Celma
turia@elperiodicodeaqui.com
laserrania@elperiodicodeaqui.com
rincon@elperiodicodeaqui.com

LA SAFOR:
Laura Florentino
lasafor@elperiodicodeaqui.com

PALANCIA / MIJARES:
Jonathan Ginés
palancia@elperiodicodeaqui.com

**LA PLANA DE UTIEL-REQUENA /
LA HOYA DE BUÑOL-CHIVA /
EL VALLE DE AYORA-COFRENTES**
Laura Florentino
requenautiel@elperiodicodeaqui.com
lahoya@elperiodicodeaqui.com
elvalle@elperiodicodeaqui.com

LA RIBERA ALTA / LA RIBERA BAIXA:
Laura Florentino
laribera@elperiodicodeaqui.com

Comerciales:
publicidad@elperiodicodeaqui.com

DIANA BALLESTAR
691 516 508
web@elperiodicodeaqui.com

DANI RIERA
636 713 236
dani@elperiodicodeaqui.com

AITOR MOLPECERES
666 411 185
aitor@elperiodicodeaqui.com

Coordinación:

Comercial:
DIANA BALLESTAR
Tel. 691 516 508
web@elperiodicodeaqui.com

Eventos:
MIRIAM SÁNCHEZ
Tel. 611 62 41 92
secretaria@elperiodicodeaqui.com

Diseño:
JAIME SORIANO
arte@elperiodicodeaqui.com

Administración:
ESTEFANÍA MUÑOZ
administracion@elperiodicodeaqui.com

Diseño web:
KONOCER SOFTWARE

EDITA:
Medios Impresos y Digitales de Aquí S. L.
Depósito Legal: V-2655-2018.



El comercio de aquí: la apuesta inteligente

En tiempos en los que un clic basta para tener cualquier producto en la puerta de casa, es fácil olvidar que detrás de cada escaparate de nuestro pueblo o ciudad hay mucho más que una simple transacción comercial. Comprar en el comercio local no es solo una cuestión de conveniencia o nostalgia: es una apuesta consciente por el futuro de nuestro entorno. Dicho de otra manera, comprar en el comercio de proximidad es bueno para todos. Por ello, el Grupo El Periódico de Aquí vuelve a apostar por esta iniciativa, 'Compra Aquí Comunitat Valenciana', porque beneficia a los empresarios, autónomos y emprendedores; a nuestros agricultores y, especialmente, a los compradores, que encontramos le mejor relación calidad-precio y garantía de que la riqueza se multiplica en nuestro territorio. Es, por tanto, un ejercicio egoísta y muy inteligente.

Cada euro que gastamos en las tiendas de nuestro barrio se multiplica en la economía local. El pequeño comercio genera empleo estable, paga impuestos aquí y mantiene vivas nuestras calles. Cuando apoyamos a esos negocios, estamos reforzando una red que sostiene la vida cotidiana: desde la panadería de siempre hasta la librería que recomienda lecturas con cariño, pasando por la ferretería que nos saca de un apuro sin necesidad de tutoriales en Internet. Un pueblo y ciudad sin comercio local se convierte en lugares tristes, sin alma, prácticamente muertos.

Además, el comercio local aporta algo que ninguna gran plataforma digital puede ofrecer: trato humano, cercanía y confianza. En un mundo cada vez más impersonal, el dependiente que nos conoce por nuestro nombre y sabe lo que nos gusta tiene un valor incalculable. Esa atención personalizada no solo mejora la experiencia de compra, sino que también fortalece los lazos sociales y el sentido de pertenencia. 'Xica, què guapa vens hui. Com està ta mare? Ja s'ha casat el teu home?' Son comentarios que sólo en nuestra tienda y comercio de barrio nos vamos a encontrar.

Apoyar al pequeño comercio también es una decisión sostenible. Comprar productos de proximidad reduce el transporte y la huella ecológica, y fomenta un consumo más responsable. Elegir lo local es cuidar el entorno, el ritmo de la ciudad y la calidad de vida de quienes la habitan. ¡Y pensemos en la agricultura valenciana y en nuestros agricultores! Vayamos, si podemos, a aquellos huertos que sabemos que también nos venden directamente y consumamos productos de temporada.

Por todo ello, cada vez que dudemos entre hacer un pedido online o cruzar la calle para comprar lo que necesitamos, deberíamos recordar que nuestras decisiones cotidianas tienen poder. Apostar por el comercio local no es un acto menor: es una forma concreta de defender la economía real, la diversidad y la vida en nuestras calles. En definitiva, apoyar al comercio local es apoyarnos a nosotros mismos. Porque una ciudad sin tiendas abiertas, sin escaparates encendidos y sin vecinos al otro lado del mostrador, es una ciudad que poco a poco pierde su alma. Y acaba muriéndose. 'No sigues bajoca i compra al comerç local!'

PERE VALENCIANO

Director y fundador de El Periódico de Aquí

✉ pere_valenciano@elperiodicodeaqui.com



“El pequeño comercio genera empleo estable, paga impuestos aquí y mantiene vivas nuestras calles”

Comprar aquí frente al “gigante asiático”

Hace unos días, mientras hacía scroll por Instagram, me apareció un anuncio que me dejó con la boca abierta. Una plataforma de esas que todos conocemos —AliExpress, Temu, Shein... ya ni recuerdo cuál— me ofrecía comprar telas de fallera.

¿De verdad alguien puede imaginarse comprando la tela de su traje de valenciana en una web asiática? Solo de pensarlo me entra una mezcla entre risa y tristeza. Risa, porque la idea roza lo absurdo; tristeza, porque dice mucho de hacia dónde están yendo nuestros hábitos de consumo.

Aquí, en nuestros pueblos y ciudades, tenemos auténticos artesanos de la indumentaria valenciana, que dedican su vida a mantener viva una tradición que forma parte de nuestra identidad. Yo misma me dejé un riñón el año pasado en un traje nuevo, pero sigo amortizando los dos que me hice hace quince. Si la tela hubiese sido de AliExpress, dudo que pudiese seguir luciéndolos.

Y es que ahí está la diferencia. Lo que compramos aquí no es solo un producto: es un oficio, una historia, una familia que se levanta cada mañana, sube la persiana y pone todo su empeño en ofrecer lo mejor. Comprar aquí es apostar por la calidad, el trato cercano, la confianza y la economía que mantiene vivas nuestras calles.

Frente a eso, el “gigante asiático” ofrece precios irresistibles, sí, pero a costa de algo; a costa de una calidad que brilla por su ausencia, de trabajadores explotados, de toneladas de residuos y de un comercio local que, poco a poco, se ve desplazado por el clic fácil y el envío gratuito.

Defender el pequeño comercio no es solo una cuestión romántica o de nostalgia; es una cuestión de sentido común. Porque cuando compramos en la tienda del barrio, en la mercería de toda la vida o en la tienda de indumentaria que lleva tres generaciones vistiendo a nuestras falleras, el dinero se queda aquí, se reinvierte aquí y nos hace crecer.

Al final, comprar aquí es también una forma de cuidar nuestro entorno y nuestro modelo de vida: reducimos envíos innecesarios, embalajes absurdos y huellas de carbono que se disparan con cada paquete que cruza medio mundo. Pero, sobre todo, apoyamos una manera de entender la economía basada en las personas, no en los algoritmos. En las manos que cosen, que preparan, que aconsejan, y no en una pantalla que solo busca clics y beneficios rápidos.

Por eso, en este Día del Comercio Local de la Comunitat Valenciana, me gustaría lanzar una reflexión: ¿de verdad queremos un futuro en el que hasta nuestras tradiciones más arraigadas acaben en el carrito de AliExpress? Yo lo tengo claro. Prefiero seguir comprando aquí, porque no hay algoritmo que pueda sustituir la sonrisa de quien te atiende detrás del mostrador, ni descuento que compense lo que se pierde cuando dejamos de comprar en casa.

JUDITH CELMA

Jefa de redacción de El Periódico de Aquí

✉ judith@elperiodicodeaqui.com



“Defender el pequeño comercio no es solo una cuestión romántica o de nostalgia; es una cuestión de sentido común”

Balance



El comercio local consolida su recuperación en la Comunitat

Pese a que los indicadores se sitúan por debajo de la media nacional, los datos reflejan un avance que consolida la recuperación iniciada el año pasado

JUDITH CELMA
VALENCIA



El comercio local de la Comunitat Valenciana encara el final de 2025 con un balance positivo. Un año después de la dana, que afectó a buena parte del territorio, el sector minorista ha logrado consolidar su recuperación. Las ventas y el empleo muestran una tendencia al alza, reflejo de un consumo que continúa creciendo y de un tejido comercial que, pese a las dificultades, mantiene su papel como motor económico y social en los municipios valencianos.

Según el informe de coyuntura de septiembre de 2025 elaborado por la Oficina Comercio y Territorio-PATECO, la economía española mantiene un ritmo de crecimiento estable. El PIB aumentó un 3,1% interanual en el segundo trimestre del año, impulsado por la demanda nacional, mientras que el consumo de los hogares sigue siendo el principal motor de la actividad. Para el conjunto de 2025, se prevé que el gasto en consumo final crezca un 6,3%, apoyado en la evolución de la renta disponible, el empleo y los flujos migratorios.

En este contexto, el comercio minorista valenciano ha registrado un comportamiento favorable. A pesar de que los indicadores se sitúan por debajo de la media nacional, los datos reflejan un avance sostenido que consolida la recuperación iniciada el año pasado.

El comercio minorista de la Comunitat Valenciana cerró el mes de agosto con un incremento del 1,1% en las ventas a precios constantes, sin incluir las estaciones de servicio, respecto al mismo mes del año anterior. A precios corrientes, el aumento fue del 2,3%, según los datos del Instituto Valenciano de Estadística (IVE).

A nivel nacional, las cifras son algo superiores —un 3,1% y un 4,1%, respectivamente—, pero en la Comunitat la tendencia también es positiva y apunta a una consolidación progresiva. El índice general de comercio minorista a precios constantes creció un 2%, y un 1,2% en términos constantes, situando a la Comunitat en la decimocuarta posición entre las regiones españolas.

Si se eliminan los efectos estacionales y de calendario, el índice muestra un avance del 3%, lo que refleja una recuperación más sólida de la que indican los datos brutos. En el caso de los productos de no alimentación, las ventas crecieron un 2,6%, mientras que los artículos de alimentación aumentaron un 0,5%, cifras que apuntan a una recuperación más intensa en el comercio especializado.

Por formatos comerciales, todos los tipos de establecimiento —salvo las grandes superficies— registraron tasas positivas. Las grandes cadenas fueron las que mejor comportamiento tuvieron, con un aumento de las ventas del 5,2%, seguidas por el comercio electrónico, que creció un 4,7%.

También las pequeñas cadenas y las empresas unilocalizadas, base del comercio de proximidad en la Comunitat, mejoraron sus resultados, con incrementos del 3,1% y del 1,9%, respectivamente.

El crecimiento del consumo y de las ventas se ha traducido también en una mejora de la ocupación. El comercio al por menor finalizó agosto con 231.065 personas empleadas, lo que supone un aumento de más de 3.700 puestos de trabajo respecto al año anterior. El empleo asalariado creció un 2,6%, impulsando la estabilidad del sector, mientras que el trabajo por cuenta propia se redujo un 1,5%.

El índice de ocupación general del comercio minorista aumentó un 2,2% sobre el mismo mes del año anterior, superando incluso el promedio nacional (2%) y situando a la Comunitat Valenciana entre las regiones con mejor evolución del empleo en el sector.

Aunque el impacto de la dana de octubre de 2024 todavía se refleja en algunos indicadores, su peso en la economía valenciana ha disminuido progresivamente. En la provincia de Valencia permanecen 1.295 personas en ERTE por fuerza mayor, de las cuales unas 70 pertenecen al comercio minorista. Además, entre octubre de 2024 y julio de 2025 se resolvieron 4.443 ceses extraordinarios de actividad de autónomos, de los cuales 774 correspondían al comercio al por menor.



Las ventas y el empleo muestran una tendencia al alza, reflejo de un consumo que, pese a las dificultades por la dana, mantiene su papel como motor económico y social en los municipios valencianos

Entrevista

MARIBEL SÁEZ

Directora general de Comercio, Artesanía y Consumo de la Generalitat Valenciana

“El sector está viviendo un cambio profundo, pero está sabiendo adaptarse”

 JUDITH CELMA
 VALENCIA


— ¿Qué balance hace desde la Dirección General de Comercio de la gestión desarrollada durante este último año en materia de apoyo al comercio local?

— El balance es muy positivo, pero sobre todo profundamente humano. Ha sido un año para mi equipo de mucho trabajo, de escucha activa con el sector y de diálogo constante con ayuntamientos, asociaciones, cámaras y profesionales. La fuerza del comercio valenciano es fruto de la colaboración de todos: administración, asociaciones y comerciantes. Creemos firmemente que la mejor política comercial se construye escuchando, entendiendo las realidades diversas del territorio y trabajando desde la cooperación.

En materia de subvenciones, en agosto publicamos la convocatoria de ayudas por valor de 14,5 millones de euros dirigidas a impulsar la competitividad y sostenibilidad del sector. A esto se le suman todas las ayudas en zona dana, que han sido más de 200 millones de euros.

Además, hemos realizado importantes mejoras legislativas demandadas por el sector y trabajadas con ellos. Uno de los compromisos más demandados ha sido la modificación de la Ley de Comercio de la Comunitat Valenciana, que ya está en tramitación. Una norma consensuada, moderna y realista, que responde a los retos actuales del sector y que nace del trabajo compartido con todos los agentes implicados.

También hemos aprobado un nuevo decreto para reforzar la Red AFIC, consolidando su papel como instrumento clave de apoyo a la innovación comercial desde los municipios, junto con funcionarios y personal técnico que acompañan diariamente a los comerciantes.

La protección de empresas y consumidores también es una prioridad de este gobierno. Hemos impulsado mejoras importantes en protección a las personas consumidoras, actualizando la Ley del Estatuto de las Personas Consumidoras y Usuarías de la Comunitat Valenciana.

Con esta modificación conseguimos reforzar sus derechos y elevar las sanciones por prácticas desleales o fraudulentas, proteger a las empresas que lo hacen bien y ser implacables con quienes practican la competencia desleal. Defender a consumidores y comerciantes es defender la economía valenciana.

Especialmente significativa ha sido la revisión de la cuantía de las sanciones, que no se habían modificado desde 1984 y que pueden alcanzar el millón de euros. Hay que dejar claro al infractor que aquel que pone en riesgo al consumidor o realiza una competencia desleal con nuestras empresas la paga.

En cuanto a la artesanía estamos implementando, a lo largo de toda la Comunitat, acciones de promoción de nuestra artesanía y nuestros artesanos. Dos de los últimos e importantes pasos que hemos dado es que por primera vez en la historia nuestra artesanía ha estado presente con espacio


 ENTREVISTA
 Maribel Sáez
 durante la
 entrevista. /
 JAIME SORIANO

propio en FOTUR, una de las mayores ferias de turismo del mundo, y además hemos cerrado con la colaboración de Feria Valencia la creación de una muestra permanente en la propia feria, para que sus miles de visitantes nos conozcan.

En definitiva, ha sido un año de avances normativos, diálogo real y compromiso compartido con el comercio local, donde asociaciones de comerciantes y consumidores, ayuntamientos, comerciantes y funcionarios han sido protagonistas de cada logro y con un respaldo absoluto del presidente Mazón, la consellera Marian Cano y el resto de miembros del gobierno autonómico, que han puesto al comercio, al consumo y a la artesanía como prioridad del Consell.

— La dana de 2024 afectó gravemente a numerosos comercios valencianos. ¿Qué medidas o ayudas puso en marcha la Generalitat para apoyar a los establecimientos perjudicados por este episodio?

— La dana fue un golpe muy duro para muchas personas y negocios de nuestra Comunitat. Desde la Generalitat, y en concreto desde la Dirección General de Comercio, actuamos con la máxima ra-

pidez y cercanía, conscientes de que detrás de cada persiana dañada había una familia, un proyecto y un esfuerzo de años. Ayudar a los comercios tras la dana fue un trabajo colectivo de todos los niveles: administración, ayuntamientos, asociaciones y comerciantes.

Los primeros meses de la tragedia dimos las ayudas CODANA, con cerca de 70 millones de euros, y el programa Ara Empresas de nuestra Conselleria, que superó los 100 millones, orientadas a mantener el empleo y reactivar la economía en los municipios dañados. Además, recientemente, hemos puesto en marcha un paquete de ayudas dotado con 21 millones para 2025 y 5 millones para 2026, destinado a reactivar la actividad económica en el comercio de proximidad y la artesanía locales. Estas ayudas se articulan en tres líneas: una para que los ayuntamientos puedan poner en marcha bonos comercio, otra para impulsar la digitalización de las pymes comerciales y artesanas, y una tercera para mejorar las infraestructuras de los mercados municipales y los planes de acción comercial.

Más allá de las cifras, lo importante ha sido la respuesta colectiva: la capacidad de reconstruir

“Ayudar a los comercios tras la dana fue un trabajo colectivo de todos los niveles”

“La transformación digital del comercio es otro de los retos por los que se está trabajando”

“Los mercados son el corazón de la vida comercial y social de nuestros pueblos y ciudades”

desde lo local, con la colaboración de asociaciones, comerciantes, ayuntamientos y funcionarios, que han demostrado una enorme fortaleza. Ese espíritu de resiliencia es el que define a nuestro comercio.

— **¿Cree que ahora la ciudadanía es más consciente de la importancia de consumir en el comercio local?**

— Sí, lo creemos firmemente. La ciudadanía valenciana ha demostrado una gran sensibilidad hacia el comercio de proximidad, especialmente después de momentos difíciles como la pandemia o la dana. Hoy somos más conscientes de que comprar en el comercio local no es solo una transacción económica, sino un acto de compromiso con nuestra tierra, con la economía de nuestros barrios y con el empleo de nuestras vecinas y vecinos. Comprar en el comercio local es apostar por nuestra comunidad y nuestras familias.

El comercio de proximidad representa mucho más que un punto de venta: es atención personalizada, confianza, sostenibilidad y vida en nuestras calles. Por eso, desde la Generalitat seguimos impulsando campañas de sensibilización y promoción que nos recuerdan el valor de lo cercano, de lo nuestro, de lo que nos identifica como pueblo.

Según los datos de la Contabilidad Regional de España, el sector comercial aportó el 11,8% al PIB de la Comunitat Valenciana en 2023, y su contribución total podría situarse en el 24,9% del PIB si se tienen en cuenta los efectos directos e indirectos sobre otros sectores. El comercio valenciano sigue siendo el motor económico: 73.784 empresas, más de 405.000 empleos. El comercio local es el corazón de nuestra economía y la vida de nuestros barrios.

— **Acaban de lanzar la campaña ‘La compra más próxima. Acércate’. ¿Qué objetivos persigue a largo plazo?**

— Esta campaña nace con el propósito de reforzar el vínculo emocional entre la ciudadanía y su comercio local. Queremos que la gente se acerque, que vuelva a mirar al comercio de su barrio con orgullo y afecto, y que reconozca el papel esencial que juega en la vida de cada municipio, porque cada compra local fortalece nuestro territorio. Esta campaña refuerza el concepto de compra de proximidad que siempre debemos tener muy presente. Proximidad no solo significa cercanía, significa también calidad, prosperidad, futuro y la humanización del comercio y del propio proceso de compra; en definitiva, muchos de los grandes valores del comercio valenciano. Con este mensaje no solo hacemos una llamada a la acción de compra, sino también a la importancia de poner en valor el comercio local, respetar a nuestros comerciantes y funcionarios y hacerlo de una forma humana, cercana y profesional.



ENTREVISTA
Maribel Sáez
durante la entrevista. / JAIME SORIANO

A largo plazo, el objetivo es consolidar una red de consumo responsable y sostenible, que priorice los productos valencianos, el trato humano y la economía circular. Esta campaña no busca solo fomentar las compras puntuales, sino cambiar hábitos de consumo y consolidar una cultura que pone en valor a los comerciantes, asociaciones y funcionarios que hacen posible el comercio de proximidad.

— **Como ha comentado, el comercio de proximidad sigue siendo un pilar fundamental para la economía valenciana. ¿Cómo valora la evolución del sector en un contexto de transformación digital y nuevos hábitos de consumo?**

— El sector está viviendo un proceso de cambio profundo, marcado por la digitalización, los nuevos hábitos de consumo y la competencia global. Pero también está demostrando una capacidad de adaptación extraordinaria. El comercio valenciano se caracteriza por su resiliencia, su creatividad y su compromiso con la calidad y la atención cercana. El comercio valenciano se reinventa sin perder su esencia.

La transformación digital del comercio es otro de los retos por los que se está trabajando en la Generalitat Valenciana mediante diferentes pro-

gramas que promueven y fomentan el uso de nuevas tecnologías en los comercios.

Desde la Generalitat, nuestro trabajo se centra en acompañar este proceso, fomentando la innovación, la profesionalización y la formación continua. Queremos que nuestros comercios sean modernos, competitivos y sostenibles, pero sin perder su esencia: el trato humano, la proximidad y el servicio de calidad que los distingue.

— **¿Están impulsando estrategias específicas para facilitar la incorporación de nuevas tecnologías en los establecimientos locales?**

— Desde la Dirección General de Comercio trabajamos cada año para promover el uso de nuevas tecnologías y plataformas digitales a través de diferentes líneas de ayudas, programas de formación y asesoramiento personalizado, y como he dicho antes vamos a destinar 5 millones más en ayudas a digitalización para poblaciones dana.

Contamos con herramientas como el Plan de Innovación y Sostenibilidad Comercial, que ofrece acompañamiento a través del Coaching Digital, ayudando a las pymes a mejorar su presencia online y su relación con los clientes. Además, impulsamos la plataforma Retail Digital, que pone a disposición del sector recursos formativos y

un autodiagnóstico gratuito para medir el nivel de madurez digital de cada negocio.

Los comercios, asociaciones y ayuntamientos, RED AFIC y OMIC cuentan además con subvenciones específicas, formación y acompañamiento. Y, por supuesto, seguimos apoyando espacios de encuentro como Retail Future, que este año celebra su 8ª edición y se ha consolidado como un referente nacional en innovación, sostenibilidad y digitalización del pequeño comercio. Digitalizar no es solo tecnología, es fortalecer la red comercial valenciana.

— **La colaboración con ayuntamientos y asociaciones de comerciantes es clave para llegar al territorio. ¿Cómo se articula este trabajo conjunto y qué ejemplos destacaría de buenas prácticas en municipios valencianos?**

— La colaboración con el territorio es una pieza esencial de nuestra política comercial. Ninguna estrategia tendría sentido si no se articula desde lo local, con la implicación de los ayuntamientos y de las asociaciones de comerciantes. La cooperación entre administración, asociaciones y comerciantes es la clave del éxito comercial.

A través de la Red AFIC, de nuestras líneas de ayudas y de los programas de dinamización local,

Celebra el día del
Comerç Local de la
Comunitat Valenciana
en Aldaia!



BONO
COMERÇIO
DANA



Gracias a Ti!

Organitzat i finançat per:

Diputació de València | Vicepresidència Primera Promoció Econòmica

Amb la col·laboració de:

caixa popular
Cámara València

25 d'octubre de 2025

Entrevista

“

Desde la Generalitat seguiremos al lado del comercio, impulsando políticas que lo fortalezcan, reconociendo su papel esencial y animando a toda la ciudadanía a seguir apostando por lo nuestro: por el comercio de la Comunitat Valenciana”



ENTREVISTA
Maribel Sáez en
su despacho./
JAIME SORIANO

trabajamos mano a mano con las administraciones municipales para fortalecer el tejido comercial. Cada acción que conecta comercio y comunidad es una muestra de éxito compartido.

Tenemos contacto diario con ellos y con las asociaciones, y disponen de subvenciones específicas de mi dirección general para poder realizar su imprescindible labor. El comercio local avanza gracias al esfuerzo conjunto de comerciantes, funcionarios y ayuntamientos.

— **¿Qué papel desempeñan los mercados municipales dentro de las políticas de apoyo al comercio de proximidad? ¿Se están desarrollando planes específicos para su modernización o dinamización?**

— Los mercados municipales son una de las joyas de nuestro modelo comercial. Son espacios donde conviven tradición, sostenibilidad, alimentación de calidad y vida comunitaria. Los mercados municipales son el corazón de la vida comercial y social de nuestros pueblos y ciudades. Desde la Generalitat, estamos desarrollando diferentes líneas de apoyo, tanto en gasto corriente como en inversión, para acompañar su modernización y garantizar su continuidad.

Contamos con programas específicos que subvencionan mejoras en instalaciones, equipamiento, digitalización y promoción. Además, fomentamos el reconocimiento de aquellos mercados que han sabido adaptarse a los nuevos tiempos sin perder su esencia, convirtiéndose en referentes de gestión eficiente y de calidad en el servicio al consumidor.

Actualmente, contamos con 149 mercados municipales valencianos, que ofrecen 4.244 paradas y emplean a unas 10.600 personas. Respecto a la venta no sedentaria, se celebran 664 mercados:

570 generalistas (32.953 puestos, tamaño medio 58) y 94 temáticos (artesanales, medievales, navideños, etc.). Alicante destaca con mercaditos de 70 puestos por su carácter turístico.

Además, la Generalitat ha encargado un estudio pionero a la Oficina PATECO para analizar en detalle la venta no sedentaria, sus clientes, vendedores, marco normativo y ayudas públicas. Su objetivo es orientar políticas que fortalezcan, modernicen y profesionalicen este modelo de comercio. Desde los años 80 no se hacía un estudio sobre la venta ambulante, de ningún tipo. Invertir en mercados y venta ambulante es invertir en la identidad y riqueza de nuestros pueblos.

— **En muchos municipios valencianos se organizan ferias comerciales que contribuyen a dinamizar la economía local y atraer visitantes. ¿Qué papel juega su Dirección General en el impulso y la promoción de este tipo de iniciativas?**

— Las ferias locales son motor de vida económica, cultural y social. Desde la Dirección General de Comercio impulsamos ayudas a entidades locales para la organización de ferias comerciales de carácter local o comarcal, apoyando el alquiler de espacios, la promoción, la señalización o los servicios de montaje y seguridad.

Estas ferias son una oportunidad magnífica para que las pymes se den a conocer, para que los municipios muestren su identidad y para que las personas redescubran la riqueza de nuestro tejido productivo. Cada feria es una celebración del talento y el esfuerzo local, y nuestro compromiso es seguir respaldándolas como instrumento clave de dinamización territorial. “Las ferias locales son escaparates de la creatividad y resiliencia de nuestro comercio”.



Tenemos una gran consideración con la artesanía de la Comunitat Valenciana en estos espacios, e intentamos que tengan el reconocimiento que merecen. Hay que cuidar a nuestro sector artesano, son garantía de calidad. Cuidar la artesanía es preservar nuestra cultura y nuestra economía.

— **Finalmente, ¿qué mensaje le gustaría trasladar a los comerciantes y consumidores valencianos en esta jornada del Día del Comercio Local?**

— Quiero trasladar un mensaje de gratitud y esperanza. Gratitud a todas las personas que ca-

da día abren su comercio con esfuerzo, profesionalidad y una sonrisa, y esperanza en un futuro en el que el comercio valenciano siga siendo sinónimo de cercanía, calidad y compromiso con nuestra tierra.

El comercio local es el latido de nuestros municipios, el hilo que une generaciones, el espacio donde se crean vínculos y se mantiene viva la identidad de cada barrio y de cada pueblo. Desde la Generalitat seguiremos a su lado, impulsando políticas que lo fortalezcan, reconociendo su papel esencial y animando a toda la ciudadanía a seguir apostando por lo nuestro: por el comercio de la Comunitat Valenciana.



15 ANIVERSARIO

**GRACIAS POR ESTAR
SIEMPRE AQUÍ**



EL PERIÓDICO
De aouí

LA VOZ DE NUESTROS
PUEBLOS, CIUDADES
Y COMARCAS



Dana

El 85% de las empresas de la zona cero, activo un año después

La recuperación está siendo más lenta en el comercio frente a la industria, con un porcentaje de establecimientos reabiertos del 70%



DANA
La familia Garrido frente a su pastelería Donpa de Catarroja./ DONPA ARTESANS

EFE
VALENCIA

El 85% de las empresas ubicadas en los polígonos industriales de los 14 municipios valencianos que se consideran como la zona cero de las riadas del pasado 29 de octubre están activas un año después del desastre, mientras que el 5,8% cerraron por la dana y el 9,2% por otros motivos.

Son algunos de los resultados del informe sobre la actividad empresarial en la zona cero de los municipios afectados por la dana que ha elaborado la Cámara de Comercio de Valencia y que analiza, casi un año después de las inun-

daciones, el estado actual de la economía en las poblaciones más afectadas.

El presidente de la Cámara de Comercio de Valencia, José Vicente Morata, destacó en la rueda de prensa de presentación del informe la "resiliencia" de las empresas, que "han apostado por mantener las plantillas y el negocio, muchas veces con fondos propios".

En la industria se ha hecho "de forma más clara, y en el comercio con mayor dificultad; ha habido una clara capacidad de dar la vuelta a la tortilla, pero es cierto que hace falta ayudas de verdad, que sean rápidas y efectivas", ha añadido.

Según los datos del informe, el consumo de la energía eléctrica confirma la recuperación de la actividad empresarial, las contrataciones ya han superado las de 2024, las afiliaciones a la Seguridad Social superan las de hace un año y también las matriculaciones de vehículos industriales apuntan a la reactivación empresarial.

UNA REAPERTURA CON TAREAS PENDIENTES

Los fondos propios y las donaciones privadas fueron clave en las primeras semanas tras el desastre, mientras las ayudas públicas se han dispuesto con una celeridad sin preceden-

tes en España y en Europa, si bien cuatro de cada diez empresas están pendientes de recibir alguna de las ayudas solicitadas, recoge el estudio.

Un año después de la dana, la mayoría de empresas que han reiniciado su actividad lo han hecho con desperfectos y trabajos de reparación pendientes, además de pérdida de mercancía almacenada que lastra la recuperación.

La mayoría de estos desperfectos son cerramientos como tabiques o puertas, maquinaria, mobiliario, mercancías almacenadas, instalaciones eléctricas o sistemas de climatización o frío.

Siete de cada diez negocios han sufrido daños graves o muy graves que les ha obligado a permanecer completamente cerrados durante diez o más semanas

Por término medio, cada negocio ha sufrido unas pérdidas de unos 61.000 euros, y en la mitad de los comercios los daños se han situado entre los 30.000 y los 100.000 euros



El informe sobre la actividad empresarial en la zona cero de los municipios damnificados por la dana de Cámara de Comercio de Valencia analiza, casi un año después, el estado actual de la economía en las poblaciones más afectadas

EL COMERCIO SE RECUPERA MÁS LENTAMENTE

La recuperación de las empresas está siendo más lenta en el ámbito de los comercios, frente a la industria, con un porcentaje de establecimientos reabiertos del 70% y un 10% en obras para reparar daños de la dana (el resto, el 20%, permanece cerrado y sin actividad un año después).

Y es que siete de cada diez negocios han sufrido daños graves o muy graves que les ha obligado a permanecer completamente cerrados durante diez o más semanas.

Por término medio, cada negocio ha sufrido unas pérdidas económicas de unos 61.000 euros, y en la mitad de los comercios afecta-

dos los daños se han situado entre los 30.000 y los 100.000 euros.

Solo el 10% de los comercios ha podido hacer frente a las reparaciones sin recurrir a ayudas públicas, el 60% sigue pendiente de recibir alguna de esas ayudas solicitadas y únicamente el 30% ha cobrado la totalidad de las mismas.

Respecto al nivel de actividad de los comercios de la zona cero, el 47,2% ha recuperado el mismo nivel de actividad, el 33,3% la ha reducido, casi el 10% la ha reducido mucho y un 9,7% tiene más actividad que antes de las riadas.

REPARTO DE AYUDAS

Sobre el reparto de los fondos del Consorcio de Compensación de Seguros, el 32% ha ido a sufragar las pérdidas de automóviles, el 29% a viviendas y comunidades de propietarios (el 60% de Catarroja, Paiporta, Aldaia y Alfafar), el 21% a comercios y almacenes (el 54% de Catarroja, Aldaia, Alfafar y Paiporta) y el 17% a riesgos industriales (el 57% en Riba-roja, Alaquàs, Beniparrell y Massanassa).

Las infraestructuras han absorbido el 67,1% de los 5.075,7 millones de euros en ayudas económicas dispuestas por la Generalitat y el Gobierno de España; las empresas el 17%, las familias el 8,5% y los vehículos el 7,2%.

UN "PLAN DE FUTURO REAL"

En el capítulo de propuestas, Cámara Valencia ve necesario, entre otras cosas, dotar de personal técnico a las administraciones locales, poner en marcha una plataforma supramunicipal, agilizar las compensaciones del Consorcio, compensaciones también por el lucro cesante, inversiones en polígonos industriales y embellecimiento urbano, obras hidráulicas urgentes, mayor asistencia psicológica y rehabilitación de espacios públicos con valor simbólico para la recuperación social y emocional.

Morata ha reclamado un "plan de futuro real, que reactive ejes comerciales basándose en un nuevo urbanismo que no solo reconstruya, sino que cree espacios modernos y con capacidad de crecimiento".

Valencia será un referente europeo por sus sistema de alertas y capacidad de reconstrucción y se han de crear "nuevas zonas de ocio y servicios para el futuro, no como los que teníamos anteriormente", ha concluido.



Uno de los dueños de la librería Somnis de Paper de Benetússer tras su reapertura. / RAQUEL SEGURA-EFE



La escritora María Dueñas, durante la reinauguración de la librería Passarella de Picanya. / BIEL ALIÑO-EFE



Presentación del informe sobre la actividad empresarial en la zona cero de la dana de Cámara de Comercio Valencia. / MANUEL BRUQUE-EFE

LA COMPRA
MÉS PRÒXIMA

Acosta't!
Açí, productes de proximitat.



Celebra amb Unió Gremial el
Dia del Comerç Local!
Guadassuar 25 d'octubre des de les 17:00 hores

Mostra i degustació de productes tradicionals dels diferents gremis i artesanía.
Activitats per a tots els públics, animacions, jocs infantils, música... i molt més!



Mercados

Del mercado a la experiencia: los espacios tradicionales se reinventan

Sin renunciar a su esencia, estos lugares se han transformado para ofrecer algo más que alimentos frescos: una experiencia completa que combina historia, arquitectura, gastronomía, cultura y ocio

JUDITH CELMA
VALENCIA



Durante décadas, los mercados municipales fueron el corazón de los barrios: espacios donde la compra diaria era una costumbre y las relaciones vecinales se tejían entre mostradores de fruta, olor a pan recién hecho y saludos familiares. Hoy, esos mismos lugares están viviendo una segunda juventud. Sin renunciar a su esencia, se han reinventado para ofrecer algo más que alimentos frescos: una experiencia completa que combina historia, arquitectura, gastronomía, cultura y ocio.

En la Comunitat Valenciana, esta transformación se palpa en ejemplos emblemáticos como el Mercado Central de Valencia, el Mercado de Colón, el Mercado Central de Alicante o el recién rehabilitado Mercado de San Antonio de Castellón. También en iniciativas más recientes y estacionales, como el Solmarket, que ha sabido trasladar ese espíritu de encuentro al aire libre y a orillas del Mediterráneo.

EL MERCADO CENTRAL DE VALENCIA: TRADICIÓN VIVA Y REFERENTE EUROPEO

Al igual que la Boquería en Barcelona o el Mercado de San Miguel en Madrid, el Mercado Central de Valencia, ubicado en la plaza Ciutat de Bruges, es una parada obligatoria para cualquier amante de la gastronomía. Con más de 8.000 metros cuadrados, es el mayor mercado de productos frescos de Europa, y su imponente edificio modernista, considerado una de las joyas del patrimonio valenciano, no deja indiferente a nadie.

Entre sus más de 1.200 puestos, el visitante puede recorrer un auténtico festival de aromas y colores, donde conviven la tradición de los tenderos de toda la vida con nuevos con-

ceptos culinarios. Uno de sus rincones más célebres es el Central Bar by Ricard Camarena, un espacio donde el chef valenciano ofrece bocadillos gourmet y tapas con producto local, reinterpretando la cocina popular. También destaca Retrogusto Coffee, la barra donde se sirven cafés de especialidad que han convertido la pausa del mercado en un pequeño ritual contemporáneo.

Más allá de la compra, el Mercado Central se ha consolidado como un espacio de socialización y turismo gastronómico, un punto de encuentro donde se mezcla el bullicio cotidiano con la curiosidad de los visitantes internacionales que buscan descubrir la auténtica esencia valenciana.

DEL PRODUCTO AL PLACER: EL MERCADO DE COLÓN, ICONO DE LA MODERNIDAD

Diseñado por Francisco Mora e inaugurado en 1916, el Mercado de Colón representa la evolución más estética y sofisticada de este concepto. Este edificio modernista, con estructura de hierro y vidrio, cerámica policromada y ladrillo rojo, ha pasado de ser un tradicional mercado de abastos a convertirse en un centro de ocio, cultura y gastronomía.

Su restauración, finalizada en 2009, mantuvo el esplendor arquitectónico original pero lo adaptó a los nuevos tiempos. Hoy, entre sus columnas ornamentadas, se distribuyen restaurantes gourmet, cafeterías de autor, cervecerías artesanales y tiendas delicatessen, que ofrecen desde una horchata artesanal hasta un gin-tonic al caer la tarde.

El Mercado de Colón se ha transformado en una experiencia integral: un espacio para disfrutar, comprar y compartir. Los sábados, su ambiente se llena de vida y música; los días laborables, es el punto de encuentro de profesionales, turistas y familias. Todo ello ba-



jo el paraguas de una arquitectura que sigue siendo un espectáculo visual y patrimonial.

CASTELLÓN Y LA NUEVA VIDA DEL MERCADO DE SAN ANTONIO

En Castelló de la Plana, la modernización de los espacios tradicionales también ha dado un paso decisivo con la reciente rehabilitación del Mercado de San Antonio, un edificio histórico que ha recuperado su esplendor y su función como centro neurálgico del barrio.

Con una inversión superior a los 370.000 euros, cofinanciada con fondos europeos Next Generation, se ha logrado reabrir todos los puestos y añadir una zona de degustación y una cafetería, que amplían la experiencia más allá de la compra habitual.

El proyecto ha incorporado más de 1.000 metros cuadrados de cerámica castellanense, una celosía decorativa que aligera la estructura y nuevos pavimentos que dotan de luz y calidez al interior.

Además, el nuevo mercado cuenta con taquillas inteligentes, que permiten recoger pedidos fuera del horario comercial, y puestos con horarios flexibles que incluyen degustaciones y comidas para llevar. Todo ello en un edificio adaptado al siglo XXI en accesibilidad, sostenibilidad y eficiencia energética.

El resultado es un espacio que, sin perder su identidad, redefine el concepto de mercado municipal: un lugar de intercambio económico, cultural y social.

MERCADO LOS PINOS DE MANISES: PROXIMIDAD CON SABOR

En Manises, el Mercado Los Pinos es un claro ejemplo de cómo un mercado de barrio puede mantener su esencia tradicional al tiempo que incorpora elementos para enriquecer la experiencia del cliente. Situado en la Plaza Rafael Atard, el mercado acoge puestos de ultramarinos, panadería, charcuterías, pescadería y alimentación general. Pero Los Pinos no se queda solo en la venta: el complejo incluye también una cafetería propia, pensada para convertir la visita de compra en un momento de pausa y disfrute. Entre jornada y jornada, quien acude al mercado puede detenerse a desayunar, degustar una tapa o simplemente acompañar su compra con un café.

Además, el mercado integra espacios de comercio diverso: un puesto que ofrece productos de limpieza artesanales y respetuosos con el entorno; o un rincón de bienestar donde se comercializan infusiones, aceites esenciales y cosméticos naturales.

Este tipo de complementariedad —venta de productos frescos junto a servicios y comercio de proximidad más especializado— permite que Los Pinos se convierta en un nodo de actividad local más allá del simple abastecimiento.

SOLMARKET: LA REINVENCIÓN AL AIRE LIBRE

La evolución del comercio local también ha encontrado nuevos escenarios fuera de los edificios históricos. Un ejemplo es Solmarket, una

Esta transformación se palpa en ejemplos como el Mercado Central de Valencia, el Mercado de Colón, el Mercado Los Pinos de Manises o el recién rehabilitado Mercado de San Antonio de Castellón

Iniciativas más recientes y estacionales, como el Solmarket, han sabido trasladar el espíritu de ocio y mercado al aire libre, a orillas del Mediterráneo



MERCADO DE COLÓN
Varios visitantes en el Mercado de Colón de Valencia.
/ EPDA



MERCADO CENTRAL

📍 Valencia

Al igual que la Boquería en Barcelona o el Mercado de San Miguel en Madrid, el Mercado Central de Valencia es una parada obligatoria para cualquier amante de la gastronomía. Con más de 8.000 metros cuadrados, es el mayor mercado de productos frescos de Europa y su imponente edificio modernista, que está considerado una de las joyas del patrimonio valenciano, no deja indiferente a nadie que lo visite



MERCADO DE COLÓN

📍 Valencia

El Mercado de Colón representa la evolución más estética y sofisticada del concepto de transformación. Este edificio modernista, con estructura de hierro y vidrio, cerámica policromada y ladrillo rojo, ha pasado de ser un tradicional mercado de abastos a convertirse en un centro de ocio, cultura y gastronomía.



MERCADO DE SAN ANTONIO

📍 Castellón

El Mercado de San Antonio ha recuperado su esplendor y su función como centro neurálgico del barrio tras su reciente rehabilitación. El resultado ha sido un espacio que, sin perder su identidad, redefine el concepto de mercado municipal: un lugar de intercambio económico, cultural y social.



MERCADO LOS PINOS

📍 Manises

Situado en la Plaza Rafael Atard de Manises, el Mercado Los Pinos de Manises acoge puestos de ultramarinos, panadería, charcuterías, pescadería y alimentación general, pero no se queda solo en la venta: el complejo incluye también una cafetería propia y espacios de comercio diverso como un puesto de productos de limpieza artesanales o un rincón de bienestar.

iniciativa valenciana que ha sabido unir comercio, gastronomía y ocio en un formato itinerante y estival.

En su octava edición, celebrada este verano en El Puig, El Grao de Castellón y Los Alcázares (Murcia), Solmarket ha reunido a miles de visitantes con un atractivo que combina más de 100 conciertos en directo, 70 espectáculos itinerantes, food trucks, mercados de moda y artesanía local y actividades para toda la familia.

Su característico pórtico luminoso se ha convertido en una imagen icónica del verano mediterráneo, reflejo de una nueva manera de consumir y de vivir el comercio local: al aire libre, sostenible y ligado a la experiencia social.



MERCADO LOS PINOS
- MANISES -

MERCADO LOS PINOS DE MANISES

Mucho más que llenar la nevera

CAFETERÍAS
DESAYUNOS

TIENDAS
DE ROPA

ESPACIOS
DE SALUD

CARNICERÍAS
CHARCUTERÍAS

PESCADOS
Y MARISCOS

ESPECIAS
FRUTOS SECOS

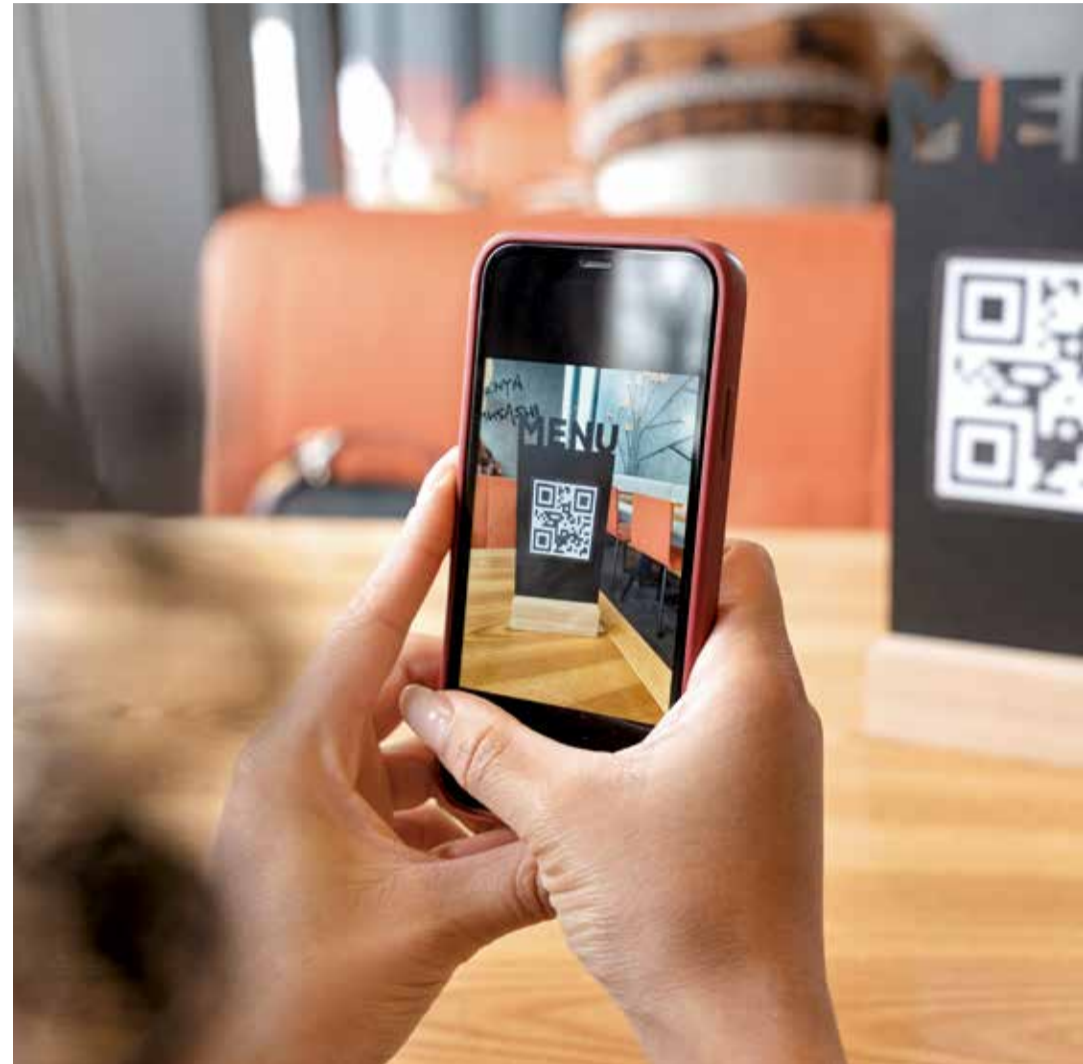
HUEVOS
FRESCOS

PRODUCTOS
DE LIMPIEZA

📍 Plaza Rafael Atard, s/n, Manises
🌐 www.mercadolospinosmanises.es
☎ 609 68 04 57

Digitalización

El salto digital del comercio local: cuando la tradición se conecta al futuro



Tener una página web, un catálogo online o una cuenta activa en redes sociales ya no es una opción: es una puerta abierta a nuevos clientes

JUDITH CELMA
VALENCIA



El comercio local ha sido, desde siempre, mucho más que un punto de venta. Ha sido el rostro humano de la economía, el reflejo de la vida en los barrios, el lugar donde se te conoce por tu nombre y donde la confianza pesa más que cualquier descuento. Sin embargo, en pleno siglo XXI, ese comercio de cercanía se enfrenta a un reto tan inevitable como necesario: la digitalización.

Adaptarse a las nuevas tecnologías no significa renunciar a la esencia de lo local, sino fortalecerla con herramientas modernas que permiten competir, llegar más lejos y trabajar mejor. La revolución digital no es exclusiva de las gran-

des superficies o las plataformas internacionales: también pertenece a la frutería del barrio, al taller de toda la vida o al pequeño restaurante que apunta los pedidos con una tablet en lugar de un bloc de notas.

UNA NUEVA ERA PARA VENDER Y COMUNICAR

Durante años, la venta en línea parecía un terreno ajeno al pequeño comercio. Sin embargo, la pandemia aceleró un cambio de mentalidad. La presencia digital se ha convertido en una extensión natural del mostrador físico. Tener una página web, un catálogo online o simplemente una cuenta activa en redes sociales ya no es una opción: es una puerta abierta a nuevos clientes.

Plataformas como Instagram o Facebook se han transformado en auténticos escaparates donde los negocios pueden mostrar sus productos, anunciar promociones o, simplemente, contar su historia. Un escaparate digital que funciona las 24 horas del día y que permite mantener el contacto con la clientela incluso cuando la persiana está bajada.

HERRAMIENTAS PARA TRABAJAR MEJOR

La digitalización no solo mejora la visibilidad del negocio, también facilita la gestión interna y optimiza el tiempo del comerciante. Los programas de control de stock, los sistemas de facturación en la nube o las aplicaciones de reservas han simplificado tareas que antes requerían horas de papeleo.

En los restaurantes, por ejemplo, las comandas digitales han sustituido a las notas manuscritas, permitiendo coordinar cocina y sala con mayor rapidez. En las panaderías o carnicerías, los TPV inteligentes gestionan inventarios y



Consume Km 0
Apoya la economía de tu localidad

FELÍZ DÍA DEL
COMERCIO LOCAL

EL PERIÓDICO
de aquí

Si antaño la vida del barrio se encontraba en la plaza o en el mercado, hoy buena parte de esa conversación, también con los clientes, se ha trasladado a las redes sociales

La transformación tecnológica del comercio local también va de la mano de la sostenibilidad, con acciones como reducir el papel, optimizar los pedidos o agrupar entregas a domicilio

HERRAMIENTAS
Cada vez es más habitual encontrar cartas digitalizadas en bares y restaurantes. / FREEPIK

analizan ventas diarias en tiempo real. Incluso los mercadillos tradicionales han empezado a incorporar sistemas de pago contactless o de cobro por Bizum, ofreciendo comodidad sin perder la cercanía. La tecnología, bien usada, libera tiempo para lo más importante: atender al cliente.

DE LA TIENDA FÍSICA AL COMERCIO HÍBRIDO

El concepto de comercio ya no se limita a un espacio físico. Hoy, muchos negocios locales operan bajo un modelo híbrido, combinando la atención presencial con la venta online. Tiendas de calzado que envían pedidos a toda España desde sus redes sociales, librerías que gestionan reservas por WhatsApp o floristerías que ofrecen entrega a domicilio a través de plataformas locales son solo algunos ejemplos.

En este contexto, las asociaciones de comerciantes y las cámaras de comercio desempeñan un papel fundamental. Desde la Generalitat Valenciana y los ayuntamientos, se han puesto en marcha programas de formación, ayudas para la digitalización y asesoramiento para que ningún negocio se quede atrás. El objetivo no es transformar al comerciante en informático, sino darle las herramientas necesarias para crecer sin perder su esencia.

LAS REDES SOCIALES COMO PLAZA DEL SIGLO XXI

Si antaño la vida del barrio se encontraba en la plaza o en el mercado, hoy buena parte de esa conversación se ha trasladado a las redes sociales. En ellas, los comercios pueden interactuar con sus clientes, conocer sus gustos y generar comunidad con sus seguidores.

Una publicación bien cuidada, una historia que muestre el proceso artesanal o un vídeo con el “detrás de cámaras” de un producto crean vínculos que van más allá de la compra. Se trata de humanizar la marca y de mantener viva la conexión emocional que siempre ha caracterizado al comercio de proximidad.

El consumidor del siglo XXI busca autenticidad y confianza, y en eso el pequeño comercio sigue teniendo una ventaja frente a las grandes plataformas. Las herramientas digitales simplemente amplifican esa voz.

DIGITALIZACIÓN SOSTENIBLE Y HUMANA

La transformación tecnológica del comercio local también va de la mano de la sostenibilidad. Reducir el papel, optimizar los pedidos o agrupar entregas a domicilio son pequeñas acciones con un gran impacto ambiental.

Al mismo tiempo, la digitalización favorece la inclusión y la accesibilidad, permitiendo que personas mayores o con movilidad reducida puedan comprar desde casa, o que los jóvenes encuentren en los negocios locales una alternativa real frente a las grandes cadenas.

El comercio de proximidad, apoyado en la tecnología, se convierte así en un modelo más resiliente, más moderno y más humano.



COMERCIO ELECTRÓNICO
Muchos negocios locales operan bajo un modelo híbrido, combinando la atención presencial con la venta online. / EFE-MANUEL BRUQUE



HERRAMIENTAS DIGITALES
Los programas de control de stock o los sistemas de facturación en la nube han simplificado tareas. / FREEPIK



REDES SOCIALES
Plataformas como Instagram o Facebook se han transformado en auténticos escaparates. / EFE-LATIF KASSIDI

SISTEMAS DE PAGO
El pago por contactless o Bizum está sustituyendo cada vez más al dinero en efectivo. / EFE-CABALAR

JUNTOS HACEMOS MÁS GRANDE MASSANASSA

Cada vez somos más los comercios asociados, cada vez más clientes valoran el consumo local, y eso hace que nuestro pueblo crezca día a día.

ACE MASS



Asociación de Comerciantes y Empresarios de Massanassa
CALIDAD · CERCANIA · CONFIANZA



50 aniversario



La red comercial de Consum cuenta con más de 1.000 establecimientos, entre tiendas propias y franquicias Charter, en Comunitat Valenciana, Cataluña, Castilla-La Mancha, Región de Murcia, Andalucía y Aragón

Reabre la primera tienda de la historia de Consum

La recuperación del establecimiento de Alaquàs coincide con el 50 aniversario de la cooperativa valenciana

REDACCIÓN
ALAQÜAS

Consum reabrió el pasado mes de julio la primera tienda de su historia en Alaquàs. El supermercado, que se inauguró en 1975 como Consum, fue 'recuperado' en 2024 en la operación de compra de un paquete de nueve centros, que realizó la Cooperativa a la empresa Kuups.

La tienda 'número 1' de la Cooperativa, situada en la avenida Blasco Ibáñez, 19, en el centro de la localidad de Alaquàs, tiene unos 700 m² de superficie comercial y está situada en el bajo de una comunidad de vecinos, como la mayor parte de las tiendas históricas de la Cooperativa. En los últimos años el establecimiento operaba como Economy Cash y, tras la reforma integral que se ha realizado en los últimos meses, regresa al servicio como Consum. El centro cuenta con una pequeña muestra de fotografías históricas y documentos de los años 80.

Este centro es el cuarto supermercado de la Cooperativa en esta localidad que ya contaba con dos Consum (calle Antonia María Oviedo y carretera de Torrent) y un supermercado Charter (carrer d'Andalusia).

Además, la Cooperativa también ha reabierto otro de los supermercados adquiridos dentro del

paquete de Kuups. Se trata del supermercado de Gandia situado en la calle Perú, número 16, junto a la estación de ferrocarril, que también operaba como Economy Cash. El establecimiento cuenta con más de 700 m² y es el quinto Consum de la localidad que ya contaba con tres tiendas Consum (Avda. El Ravall, Ferrocarril d'Alcoi y Paseo Germanías) y un Charter (Avda. Beniopa).

PREVISIÓN DE CRECIMIENTO

Como en operaciones anteriores, la Cooperativa ha incorporado a toda la plantilla de los 9 centros adquiridos, que asciende a 193 trabajadores. En el caso de la tienda de Alaquàs el equipo está formado por 35 personas, mientras que en la tienda de Gandia trabajarán 30 personas de la localidad y poblaciones vecinas.

Hasta ahora ya han abierto sus puertas con la enseña Consum ocho de los nueve supermercados adquiridos el año pasado: Massanassa, Sueca, Torreveja, Caravaca de la Cruz, Aldaia, Xàtiva, Alaquàs y Gandia. Después del verano está previsto que abra el último, el de Amposta, en Cataluña.

La Cooperativa suma en total 18 centros Consum más a su red este ejercicio 2025; siete en Comunitat Valenciana, seis en Cataluña, tres en la Región de Murcia y dos en Andalucía. Actual-

mente, la red comercial de Consum cuenta con más de 1.000 establecimientos, entre tiendas propias y franquicias Charter, en Comunitat Valenciana, Cataluña, Castilla-La Mancha, Región de Murcia, Andalucía y Aragón.

CREACIÓN DE EMPLEO DE CALIDAD

Durante 2024, la Cooperativa creó 653 nuevos puestos de trabajo, hasta alcanzar una plantilla de 21.869 trabajadores. Los socios trabajadores son propietarios de la Cooperativa, por lo que se implican en la gestión y se reparten los beneficios. En 2024 se repartieron 105,4 millones de euros: 65,5 millones de euros, que corresponden al reparto de resultados cooperativos y 39,9 millones de euros, a primas por incentivos.

Pionera en el sector en la aplicación de la semana laboral de 5 días, Consum atiende las necesidades de su plantilla de forma integral: por un lado, el bienestar individual, cubriendo aspectos como la retribución, la salud física y psicológica y la conciliación; y por otro, el profesional, con formación, opciones de desarrollo y promoción. También cubre la relación con la organización, con iniciativas ligadas a los valores cooperativos, como la escucha activa, la sostenibilidad, la solidaridad y la salud, para cuidar y afianzar el talento.





50 AÑOS DE BIENESTAR NO SE CELEBRAN TODOS LOS DÍAS

Este es un gran año para Consum. Y no solo por nuestro aniversario, sino por todos nuestros nuevos compañeros. Y es que hemos crecido en años, pero también en plantilla y calidad del empleo. Somos 653 personas más y hemos recibido un aumento del 3,6% del salario, para toda la plantilla. **¡Feliz aniversario a todos!**

50 AÑOS
CREYENDO EN
LAS PERSONAS



Valencia

Náquera celebra la II Convención Empresarial Náquera Activa

El objetivo de la cita es poner en valor el tejido comercial del municipio del Camp de Túria

REDACCIÓN
NÁQUERA

Tras el éxito de la primera edición celebrada el pasado año, el Ayuntamiento de Náquera y la Asociación de Comerciantes y Empresarios de Náquera (ACENA) vuelven a unir fuerzas para celebrar la II Convención Empresarial Náquera Activa, una jornada que tendrá lugar el viernes 25 de octubre en el salón de actos del Consistorio y que reunirá a representantes institucionales, entidades financieras, asociaciones empresariales y empresarios del municipio.

El encuentro, promovido por el Ayuntamiento y ACENA y financiado por la Generalitat Valenciana a través de la red AFIC, se enmarca dentro de las actividades del Día del Comercio Local, una efeméride que busca destacar el valor del comercio de proximidad y su papel como motor económico, social y de cohesión en los municipios.

La jornada comenzará a las 11:00 horas con un café de bienvenida en el hall del Ayuntamiento, que servirá como primer punto de encuentro y espacio de network-

ing para los asistentes. A las 11:15 horas se celebrará el acto institucional de apertura, en el que intervendrán el concejal de Comercio de Náquera, el presidente de ACE-NA, el presidente de AEMON, un representante de Unió Gremial y Caixa Popular, así como técnicos del Pacte Camp de Túria 'Impulsa Comarca' y de la Mancomunitat Camp de Túria. El acto será clausurado por el alcalde de Náquera, Iván Expósito, que subrayará la importancia de continuar apostando por el tejido comercial y empresarial del municipio.

A continuación, a las 11:30 horas, tendrá lugar una mesa redonda con tres empresarios con amplia trayectoria profesional y un fuerte vínculo con Náquera, que compartirán sus experiencias, retos y reflexiones sobre la situación actual del comercio y la empresa local. Un espacio que se estrena en esta segunda edición y que busca servir como inspiración y punto de intercambio de ideas entre los asistentes, reforzando el sentido de colaboración entre los negocios del municipio.

La programación continuará a las 12:00 horas con la gran novedad de este año: la

entrega del Premio Especial de Reconocimiento Empresarial del Año, que recaerá en Rubén Navarro, propietario del Restaurante Blanqueries, en reconocimiento a su trayectoria, esfuerzo y contribución al desarrollo económico local.

A las 12:30 horas, el evento continuará con la entrega de los Premios 'Sabor a Náquera 2025' por parte del Ayuntamiento y el reconocimiento a las nuevas incorporaciones a la Asociación de Comerciantes y Empresarios de Náquera (ACENA) para el periodo 2024/2025. Esta iniciativa pretende visibilizar a las nuevas empresas que se han sumado recientemente a la asociación, dando la bienvenida a los emprendedores que fortalecen el tejido económico local y contribuyen a la dinamización del municipio.

La convención finalizará con un toque distendido y cultural: a las 13:00 horas actuará el monologuista Pablo de los Reyes, que pondrá humor y entretenimiento a la clausura de la jornada. Tras su actuación, los asistentes podrán disfrutar de un photocall y un ágape de despedida a partir de las 13:15 horas.

Náquera Activa



La Pobla de Farnals impulsa el proyecto 'Tejido Verde' para reducir el consumo energético de las pymes

La iniciativa permitirá a los negocios locales optimizar su factura

REDACCIÓN
LA POBLA DE FARNALS

El Ayuntamiento de La Pobla de Farnals, en colaboración con la empresa especializada Gemweb, pondrá en marcha el proyecto 'Tejido Verde', una iniciativa destinada a mejorar la gestión energética de las pequeñas y medianas empresas del municipio. El objetivo principal es reducir los costes de energía entre un 10% y un 15% de media, contribuyendo a la sostenibilidad y competitividad del tejido empresarial local.

El proyecto se basa en la elaboración de un informe energético individualizado para cada comercio o empresa participante, que incluirá un análisis detallado de su consumo y una propuesta de optimización sin necesidad de realizar inversiones iniciales. Además, la empresa ejecutora se encargará de todos los trámites administrativos y técnicos necesarios para implementar las mejoras detectadas.

Esta iniciativa, promovida por el consistorio, refuerza el compromiso municipal con la eficiencia energética y la transición ecológica, extendiendo a las pymes y los autónomos las políticas de ahorro y sostenibilidad ya aplicadas en dependencias públicas.

El concejal de Comercio y Medio Ambiente, Ferran Ortola, ha destacado que "es un proyecto conjunto en el que las concejalías de Comercio y Medio Ambiente actúan coordinadamente, potenciando los beneficios del ahorro de nuestros comercios y de una menor contaminación".

El programa contempla también el seguimiento y reporte continuo de los resultados al Ayuntamiento, garantizando una visión global del ahorro energético en el conjunto del municipio.

Las inscripciones estarán abiertas hasta el 18 de diciembre a través de un formulario web, en el que las empresas interesadas deberán aportar la si-



Las inscripciones estarán abiertas hasta el 18 de diciembre

guiente información, el nombre del negocio, la tipología (empresa o autónomo), la actividad o código CNAE, indicar si dispone de instalación fotovoltaica, la autorización para el tratamiento de datos, las facturas de electricidad o gas y el contrato de energía actual.

Toda esta información permitirá generar un estudio energético personalizado, con el que cada pyme podrá conocer su potencial de ahorro y las medidas más adecuadas para optimizar su consumo energético sin realizar inversión inicial.



TENS UNA PYME O ERES AUTÒNOM?

TEIXIT VERD

SUMA'T I AJUDA'NS A REDUIR LA PETJADA DE CARBONI I ESTALVIA EN LA TEUA FACTURA!

Redueix costos, guanya competitivitat i disminueix la petjada de carboni al teu negoci.



UNEIX-TE A LA INICIATIVA



Iniciativa subvencionada per l'Ajuntament i impulsada per gemweb

Alfafar celebra su Feria del Comercio con una gran tómbola

El Ayuntamiento anima a los vecinos y vecinas a comprar en los negocios del municipio

REDACCIÓN
ALFAFAR

El Ayuntamiento de Alfafar ha puesto en marcha una nueva edición del Día del Comercio Local, una iniciativa que busca reconocer la importancia del pequeño comercio en la economía y la vida social del municipio, al mismo tiempo que invita a la ciudadanía a redescubrir la calidad y la cercanía de los establecimientos de barrio.

Durante toda la semana, el consistorio anima a los veci-

nos y vecinas a realizar sus compras en los comercios locales, participando así en una campaña que culminará con un evento festivo muy especial: la Feria del Comercio Local, que tendrá lugar el domingo 26 de octubre, de 10 a 13 horas, en la Plaza del Ayuntamiento.

Por cada compra realizada en los negocios del municipio, los clientes recibirán una participación para la gran tómbola, donde se sortearán regalos y obsequios aportados por los propios comercios, como

muestra de agradecimiento a la fidelidad de su clientela. La jornada contará también con actividades dirigidas a toda la familia, música y la presencia de comerciantes que mostrarán la diversidad de productos y servicios que ofrece Alfafar.

El Ayuntamiento ha querido aprovechar la ocasión para poner en valor el esfuerzo y la dedicación del tejido comercial local, que forma parte esencial del día a día del municipio. “Gracias por mantener vivos nuestros barrios, por atendernos con tanto cuidado



Por cada compra realizada, los clientes recibirán una participación para la gran tómbola, donde se sortearán regalos y obsequios



en vuestra casa y por vuestra dedicación día a día. Vuestro esfuerzo hace más grande nuestro pueblo”, han destacado fuentes municipales, subrayando el papel de estos negocios como motor económico y social.

Con esta campaña, Alfafar reafirma su compromiso con un modelo de consumo responsable, sostenible y cerca-

no, que no solo genera empleo y riqueza en el propio municipio, sino que también contribuye a fortalecer los lazos entre vecinos y comerciantes.

El Día del Comercio Local es, en definitiva, una oportunidad para recordar que cada compra cuenta y que apostar por el comercio de proximidad es apostar por el futuro de Alfafar.

Los comercios de Torrent salen a la calle por el Día del Comercio Local

‘Comerç al carrer’ cuenta con la colaboración de la Asociación de Comerciantes y Servicios de Torrent

REDACCIÓN
TORRENT

Los negocios de Torrent saldrán a la calle para celebrar el Día del Comercio Local el viernes 24 de octubre. Esta es la primera vez que se conmemora esta fecha con una jornada en la que los establecimientos podrán exponer sus productos y servicios para dar-

se a conocer directamente a sus vecinos.

La iniciativa ‘Comerç al carrer’ parte del Ayuntamiento de Torrent e Ideat y cuenta con la colaboración de la Asociación de Comerciantes y Servicios de Torrent (ACST).

Desde la asociación explican que “aprovechando el permiso especial de ocupación de vía pública, los negocios parti-

cipantes podrán, si lo desean, montar pequeñas demostraciones, ofrecer degustaciones, poner música o decorar su espacio sorprendiendo al público con creatividad y buen ambiente”.

Además, como aliciente añadido, durante ese día, los clientes que adquieran algún producto o soliciten información en los negocios participarán en

un sorteo de 15 premios de 100 euros. Las inscripciones de los comercios para participar están abiertas hasta el 19 de octubre.

Como antesala a la celebración del Día del Comercio Local en toda la Comunitat Valenciana, Ideat organiza la sesión especial de una masterclass teatralizada sobre técnicas de venta y comunicación con los clientes, presentada de forma

amena, divertida y práctica el martes 21 de octubre en el Antic Mercat. A través de pequeñas escenas teatrales, los participantes descubrirán cómo mejorar la atención al cliente, generar confianza y conectar emocionalmente con el público.

La sesión finalizará con un vino de honor para los asistentes, como espacio de encuentro y networking entre comerciantes de Torrent.

Esta iniciativa tiene como objetivo dar visibilidad al comercio local y acercar los productos y servicios de nuestras tiendas al vecindario, convirtiendo las calles de Torrent en un gran escaparate al aire libre durante toda la jornada.



Durante la jornada, los clientes que adquieran algún producto o soliciten información en los negocios participantes entrarán en el sorteo de 15 premios de 100 euros



ASOCIACIÓN DE
COMERCIENTES Y SERVICIOS
DE TORRENT



NADIE SE QUEDA ATRÁS.



Asóciate!



comerciodetorrent.es



Puçol vive el Shopping Day y refuerza su apuesta por el comercio local

Diferentes establecimientos ofrecieron ofertas, promociones y descuentos especiales

REDACCIÓN
PUÇOL

El pasado viernes 24 de octubre, más de 50 comercios de Puçol participaron en el Shopping Day, una jornada repleta de ofertas, promociones y descuentos especiales destinada a fomentar las compras dentro del municipio. Comercios llenos de ambiente y una atención cercana convirtieron el evento en una auténtica fiesta del comercio de

proximidad, donde vecinos y visitantes pudieron disfrutar de productos y servicios con ventajas exclusivas.

La concejal de Comercio, Nuria Sebastiá, destacó el valor de estas iniciativas para la economía local: "con el Mes del Comercio queremos recordar a nuestros vecinos que cada compra en Puçol es una inversión en nuestro pueblo. La tarjeta Puçol Comerç y el Shopping Day son dos iniciativas que, además de dinamizar la

economía local, generan ilusión tanto en los comerciantes como en los vecinos".

Dentro de esta campaña, también cobra protagonismo el Bono Comercio. La tarjeta Puçol Comerç es una iniciativa que ha tenido una respuesta extraordinaria. Los vecinos podían adquirir, por solo 20 euros, una tarjeta con un valor de 40 euros para gastar en los comercios adheridos a ACEP. Los bonos se pusieron a disposición del público el 6 de octu-



Los vecinos pudieron adquirir, por solo 20 euros, la tarjeta Puçol Comerç con un valor de 40 euros



bre a través de la web pucolcomerç.es y se agotaron en pocas horas, demostrando el compromiso y la implicación de la ciudadanía con sus establecimientos de proximidad.

Con todas estas acciones, el Ayuntamiento de Puçol y la Asociación de Comerciantes y Empresarios (ACEP) reafirman su compromiso de seguir

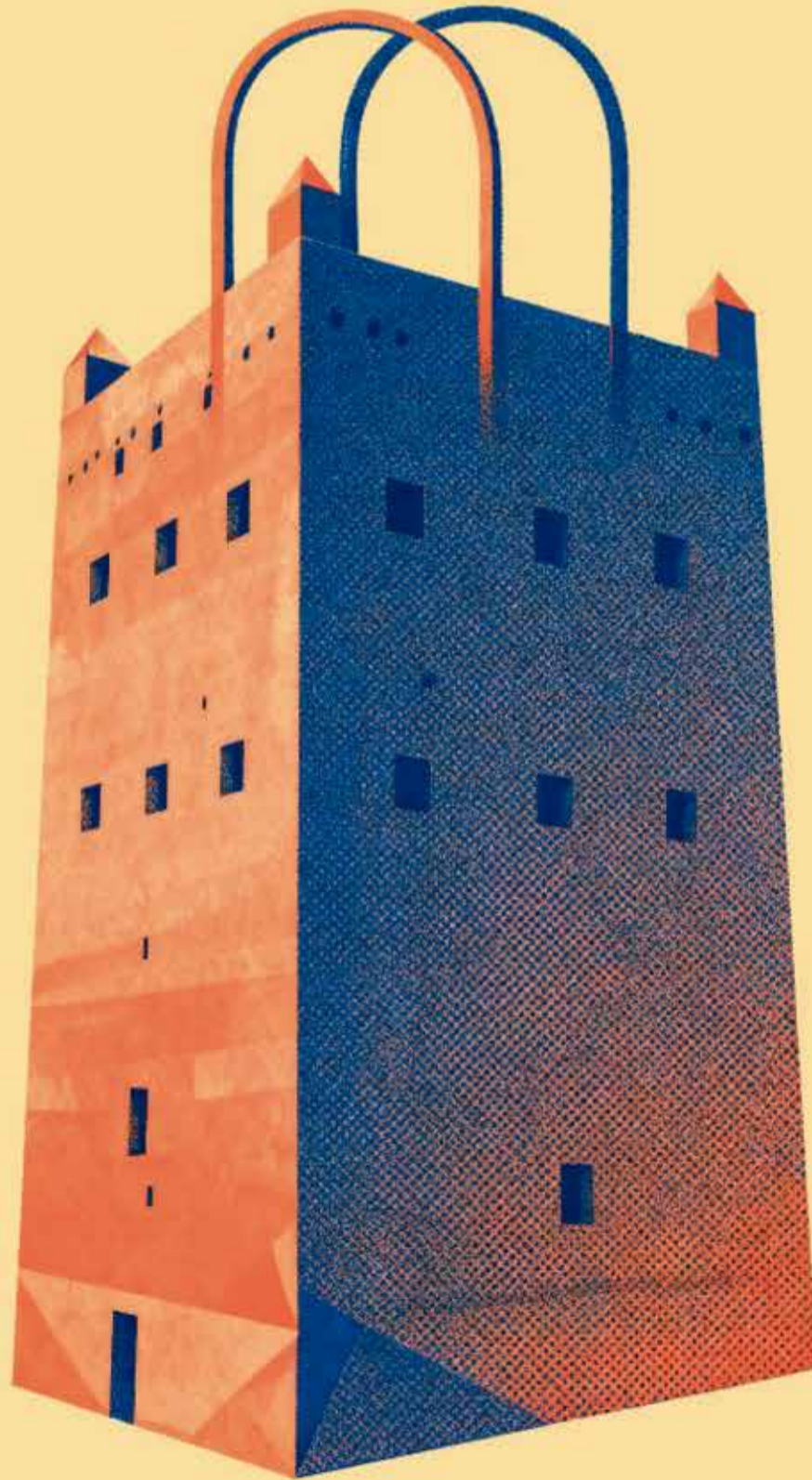
apoyando al comercio local como motor económico, social y generador de empleo en la localidad. El éxito del Shopping Day y de la campaña de bonos comercio es una muestra clara de que comprar en Puçol no solo beneficia a las familias, sino que fortalece la identidad, la economía y el futuro del municipio.

Viu el comerç de
Meliana

Viu un comerç local pròxim i de confiança
i al costat de casa

Ajuntament de Meliana

Comerç al Carrer



#bonestendesbonagent



Col·labora:



associació de comerç i serveis de torrent

Castellón



ALT MAESTRAT
Tienda Frutos
Secos del Maestrazgo. / EPDA

Alt Maestrat: siete pueblos, mil sabores

Un territorio vivo, productos con alma, productores comprometidos y consumidores conscientes

REDACCIÓN
ALT MAESTRAT

La comarca del Alt Maestrat es un territorio bien conocido como destino turístico ideal para el llamado turismo slow, ese que disfruta con preciosos entornos naturales, impresionantes paisajes milenarios, y un auténtico tesoro histórico y patrimonial. Las callejuelas de sus pequeños y encantadores municipios son mágicas y medievales, como en Culla, uno de los pueblos más bonitos de España. Albocàsser, portal del Alt Maestrat o Benassal, y sus famosas y multipremiadas aguas. También La Torre d'en Besora, Vilar de Canes, La Serratella o Catí, cuyo precioso Santuario de la Virgen de l'Avellà alberga la increíble "Capella Sixtina del Maestrat", forman parte de un territorio lleno de vida. Un territorio que, a pesar de los retos a los que se enfrenta por la falta de infraestructuras, inver-

siones y servicios, sabe aprovechar sus recursos y generar riqueza a través del buen hacer de sus emprendedores, quienes llenan la comarca de calidad y excelencia y preservan el legado de nuestros ancestros apostando por un futuro en el entorno.

Desde lo público trabajamos con el mismo objetivo, mantener viva y dinámica una comarca con mucho que ofrecer. Sabemos que resulta imprescindible apostar por la economía apoyando a los pequeños productores, comercios y empresas cercanos, que emplazan sus centros de producción en el territorio. Son las que fomentan el empleo local y trabajan para que las generaciones futuras permanezcan en el entorno y lo cuiden, intentando frenar en lo posible el imparable ritmo de la despoblación del interior de nuestra comunidad.

Por ello, desde el Acuerdo Territorial y Pacto por el Empleo del Alt Maestrat, formado

por siete pequeños municipios (Culla, Catí, La Torre d'en Besora, Albocàsser, Benassal, Vilar de Canes y la Serratella), y gracias a las ayudas EMPACE, concedidas por el Servicio Valenciano de Empleo, Labora, se ha creado una plataforma web, aglutinadora de la oferta empresarial de la comarca, www.marketmaestrat.com.

Este portal reúne y visibiliza los comercios y servicios del territorio, así como los excelentes productos artesanos y agroalimentarios que se producen en la zona. La web, junto a la iniciativa "Sabors de l'Alt Maestrat", creada para impulsar y dinamizar la economía de la zona, desde el sector agroalimentario hasta el sector turístico, y premiada en 2024 en la sección de Gastronomía de los premios Q, intenta incrementar la visibilidad de estas pequeñas empresas, agrupándolas en una estrategia conjunta y coordinada, desde el Alt Maestrat hacia la provincia



Un territorio que, a pesar de los retos a los que se enfrenta por la falta de infraestructuras, inversiones y servicios, sabe aprovechar sus recursos y generar riqueza a través del buen hacer de sus emprendedores

Marketmaestrat.com: entra y conoce a los productores, comercios y servicios del Alt Maestrat. Calidad, cercanía y autenticidad en un mismo lugar... ¡todo en un solo clic!

‘Sabors de l’Alt Maestrat’, sabores que nacen del paisaje: trufa Negra, aceites, mieles, dulces, vinos, quesos, almendras, avellanas, chocolates, turrone, aguas mineromedicinales



Quesos de Catí. / EPDA



Embutidos típicos del Alt Maestrat. / EPDA



Agua de Benassal. / EPDA



Vinos de Alboçàsser. / EPDA

y la comunidad autónoma, permitiendo reducir costes y aumentar oportunidades.

Para alcanzar los objetivos y que ganemos todos también necesitamos a los consumidores. Es por ello que les invitamos a visitar la plataforma www.marketmaestrat.com, y descubrir los excelentes productos agroalimentarios: cárnicos como Cal bort o El Cabritillo del Maestrazgo; trufas como Demetrio Trufas; Sybarite trufa y Setrufma; frutos secos de Frusema o F.S. Escrig, AESAMA y Masía Mezquita; los quesos de Els Masets, Catí y Benassal; los aceites AOVE de Olis Foga y Olinostre; los vinos de Viñedos Domingo Ferrer; la miel de Miel y Sabor, o Miel Trisca; los mil sabores de Turrone Blasco; los panes y delicias de la Panadería Artesana Rosa Elvira; los sorprendentes chocolates artesanos de Mar Negro; y la galardonada agua mineral medicinal de Agua de Benassal.

Además de la calidad y sabor de sus productos artesanos, algunas empresas también ofrecen experiencias únicas que combinan tradición, sabor y autenticidad.

La visita con cata de frutos secos de Masía Mezquita en Culla. Visitar las instalaciones para conocer la elaboración de quesos de Els Masets y del Cabritillo del Maestrazgo en La Torre d'en Besora. Un recorrido con cata por la almazara de los AOVE de Olis Foga en Alboçàsser, don-

de también se encuentra Mar Negro, y sus talleres para saborear sus sorprendentes chocolates artesanos. O la visita guiada en las instalaciones de Agua de Benassal, una de las mejores aguas del mundo, un conjunto de experiencias para disfrutar del territorio con los cinco sentidos.

El respaldo de los consumidores al proyecto, apoyando el comercio y la empresa local con sus decisiones de consumo, primando lo local frente a lo global, hace que la riqueza que se genera se quede en el entorno, creando un mañana más justo y equitativo para todos, preservando el territorio de la forma más sostenible y cercana.

Comprando los productos cuya distancia origen-destino es pequeña cuidamos el medio ambiente, mientras prevenimos la contaminación y el despilfarro de energía.

No te equivoques. El producto de proximidad o KMO, NO es el que se vende a poca distancia de tu casa, sino aquel el que se produce en tu territorio, con productos que saben a tierra, a tradición y a futuro. Como el Alt Maestrat y sus pueblos con magia, historia, una naturaleza increíble, alojamientos con mucho encanto, un ritmo calmado y una gastronomía de premio.

Alt Maestrat, muy cerca de ti. Descubre más en www.marketmaestrat.com y en www.altmaestrat.com



Mar Negro Chocolate. / EPDA

Vila-real abre a la participación el diseño de su Plan Director del Comercio Local

La propuesta de trabajo, que cuenta con la colaboración de la Cámara de Comercio de Castellón, se presentará el próximo 27 de octubre

REDACCIÓN
VILA-REAL

El Ayuntamiento de Vila-real y la Cámara de Comercio de Castellón, presentarán el próximo 27 de octubre, la propuesta de trabajo para elaborar el Plan director del comercio local de Vila-real, un proyecto participativo que servirá de hoja de ruta para la modernización, revitalización y fortalecimiento del comercio de proximidad en la ciudad. “El Plan debe construirse con las experiencias, ideas y aportaciones reales de las personas que mantienen vivo el comercio. Por ese motivo, invitamos al tejido empresarial de la ciudad a participar en esta jornada que sirva de espacio para compartir, escuchar y construir de forma colectiva para que el documento que se acabe elaborando sea realmente útil y realista”, ha destacado el edil de Comercio, Xus Madrigal.

El Plan director del comercio local nace con el objetivo de definir un marco de actuación claro y operativo que permita impulsar un modelo comercial más competitivo, sostenible y adaptado a las nuevas realidades de consumo. La iniciativa contempla un amplio proceso de participación ciudadana y sectorial, abierto a comerciantes, asociaciones empresariales, consumidores, técnicos municipales y ciudadanía. El acto tendrá lugar en la Casa dels Mundina de 14:30 a

16:30 horas, y contará con la participación del alcalde de la ciudad, José Benlloch; la presidenta de la Cámara de Comercio de Castellón, M.ª Dolores Guillamón, y el director de la Oficina PA-TECO, Agustín Rovira. Además, la jornada incluirá la conferencia «Innovar para sobrevivir: el camino del comercio local hacia el futuro», a cargo del experto en retail y fundador de Crearmas, Jorge Mas.

El alcalde de Vila-real, José Benlloch, ha destacado que “desde que llegamos al gobierno, hemos intentado ayudar siempre y estar junto a nuestro comercio de proximidad. Para nosotros, para el Ayuntamiento de Vila-real, es muy importante mantener ese tejido comercial que nos da tantas cosas positivas. Las nuevas tecnologías, los nuevos hábitos de consumo hacen que el comercio cada vez tenga más dificultades”, explica Benlloch. Pero más allá del Plan director con medidas “a medio y largo plazo, más complejas y que requieren de más tiempo también hace falta un plan de acción con medidas puntuales para mitigar los efectos y problemas de nuestro comercio porque el comercio de proximidad es fundamental, es vida”, sentencia Benlloch.

Así, la sesión también servirá para exponer algunas acciones previstas a corto plazo que prevé activar el consistorio en apoyo al comercio. Por último, el máximo responsable municipal ha destacado también la labor realizada por



los técnicos de la Concejalía de Comercio en todo este proceso.

Por su parte, la presidenta de la Cámara de Comercio de Castellón, M.ª Dolores Guillamón, ha destacado que “este plan marca un paso firme y decidido hacia la modernización y revitalización del comercio de proximidad en Vila-real”. Además, ha añadido que “desde la Cámara nos sentimos especialmente satisfechos de colaborar con el Ayuntamiento de Vila-real en

un proyecto que refuerza nuestro compromiso compartido con el desarrollo económico y la cohesión territorial”.

La jornada de presentación se enmarca en el convenio de colaboración entre el Ayuntamiento y la Cámara de Comercio, y supone el punto de partida de un proceso de trabajo conjunto que busca reforzar el papel del comercio como motor económico, social y urbano de la ciudad.

Les teues compres, ací

Nules

En el cor de la nostra comunitat, el comerç local batega fort, teixint històries, complint somnis.

Junts, construïm un municipi ple de vida i color

Molt Il.lustre
Ajuntament de Nules

Jornada Presentació del PLA DIRECTOR DEL COMERÇ LOCAL



27 D'OCTUBRE DE 2025 | 14:30 H A 16:30 H

 CASA DELS MUNDINA



ALT MAESTRAT

Siete pueblos, mil sabores

