

Los comerciantes de Montcada plantan cara a la crisis con ofertas los jueves

La Cámara de Sabadell quiere extender este tipo de iniciativas a otros municipios

Montcada Comerç Centre quiere plantar cara a la crisis con una nueva campaña comercial consistente en ofertas especiales todos los jueves, una iniciativa que la Cámara de Comercio de Sabadell valora de forma positiva y pretende extender a otros municipios de la demarcación.

J. MARTÍN

La Cámara de Comercio de Sabadell acogió ayer la presentación de la nueva campaña de promoción comercial de Montcada Comerç Centre con la que pretende combatir la crisis y la caída del consumo.

Asistieron Ferran Gómez, vicepresidente de la Comisión de Comercio Interior y Turismo de la Cámara; Joan Carles Paredes, concejal de Comercio del Ayuntamiento de Montcada, y Jesús González, presidente de Montcada Comerç Centre.

La campaña, con el eslogan de 'A Montcada Centre, comprar és estalviar', dará inicio el 6 de noviembre y concluirá el 18 de diciembre, incluyendo

un total de 7 jueves de ofertas.

Gómez explicó que «la Cámara tutela 16 planes de dinamización en la demarcación y el de Montcada es uno de los más activos. La idea de la campaña es muy interesante en estos tiempos de crisis y por ello pensamos que hay que darle la máxima difusión; para ver de extenderla a otros municipios».

González dijo que «la campaña quiere potenciar la actividad comercial y estimular las ventas en Montcada, ofreciendo a la vez un valor añadido al cliente. Cada jueves, 75 comercios asociados (de los 89 que forman la asociación) harán una oferta especial en un producto o servicio -un 2x1, un



De izquierda a derecha: Jesús González, Ferran Gómez y Joan Carles Paredes

descuento, una promoción, un regalo..., que ayudará a aligerar la cesta de la compra. ¿Por qué los jueves? Es la mejor opción, pues el miércoles es día de mercado, el lunes cierran algunos establecimientos...».

Paredes apuntó que «los tiempos que vivimos no son los mejores, pero no podemos encerrarnos en casa. El comercio, como elemento vertebrador, debe apostar por ideas innovadoras para potenciar su

actividad y fidelizar al cliente, como ésta».

Gómez añadió que «esta campaña es un buen ejemplo de lo que el sector puede hacer de forma coordinada. Unas iniciativas que la mayoría de comercios lleva a cabo de forma individual, pero que son más efectivas de manera colectiva».

La promoción se llevará a cabo a través de carteles y folletos publicitarios, que se

distribuirán a todos los establecimientos asociados, para que los clientes puedan identificar los establecimientos participantes y las ofertas.

Sobre los efectos de la crisis en el comercio, Gómez señaló que «afecta sobre todo a las compras que requieren financiación: electrodomésticos, coches... Las compras de alimentación o salud, por ejemplo, se hacen con bastante normalidad».