

OBJETIVOS DEL PLAN ESTRATÉGICO

# Futurelx enfoca el futuro del comercio local hacia el ocio y la restauración

La revisión del plan sectorial diseñado para la ciudad modifica algunos de los objetivos iniciales ante las carencias de la oferta actual

DOMINGO LÓPEZ

El consejo del Plan Estratégico de Elche (Futurelx) ha llevado a cabo una actualización y revisión de los objetivos que se marcaron inicialmente con relación al plan de acción comercial en la ciudad, llegando a la conclusión tras un amplio debate sobre la necesidad de incluir nuevas metas y acciones que tiendan a paliar las carencias actuales del comercio ilicitano. El incremento de la oferta de ocio y restauración es, según explicó el director de Futurelx, uno de estos nuevos objetivos.

Según Antonio Martínez, el plan de acción comercial de Elche se marcaba hasta ahora como objetivo estratégico el incremento de la competitividad y la oferta de un comercio local rentable, reconvirtiendo el sector con el apoyo en la creación y el impulso de los denominados centros comerciales abiertos. «Se ha visto que es necesario diversificar esa oferta comercial con el desarrollo también de otros formatos comerciales y con una clara tendencia orientada hacia el turismo y el sector de los servicios», comentó.

El director de Futurelx matizó que la oferta comercial de ocio y restauración es uno de los ejes principales de esta revisión de objetivos. «Hasta ahora sólo se hablaba de impulsar los centros comerciales abiertos, pero es necesario disponer de una mayor oferta de ocio. En la ciudad han surgido nuevos formatos comerciales, como el que se ha puesto en marcha en L'Aljub o el centro comercial y de ocio "Elx Plaza" que está previsto llevar a cabo. Ante esta realidad, es evidente que el pequeño co-



El comercio ilicitano debe lanzarse hacia la búsqueda de nuevos formatos, según los técnicos

**La creación de centros comerciales abiertos era hasta ahora la principal meta a conseguir**

mercio no puede quedarse sólo con el objetivo de los centros comerciales abiertos. El asentamiento de franquicias y grandes marcas en el centro urbano, junto con la instalación de supermercados, pueden ser algunos ejemplos, pero lo más evi-

dente es la insuficiente oferta en materia de restauración que ofrece la ciudad en su entorno urbano», indicó Antonio Martínez en una clara alusión a la falta de cafeterías y terrazas al aire libre.

#### Coordinación

Estos nuevos objetivos marcados por Futurelx van a ser coordinados por el Consejo Municipal de Comercio, que se constituyó a finales del pasado año con la presencia de unos veinte representantes de partidos políticos, asociaciones de vecinos, asociaciones de comerciantes,

consumidores, Coordinadora de Mercados y técnicos municipales.

Diez miembros del Consejo Municipal de Comercio forman parte de una comisión permanente y, según anunció el concejal de Fomento, Alejandro Soler, el consejo en su conjunto será un instrumento para coordinar todas las acciones municipales en materia de urbanismo comercial, tráfico, aparcamientos, mobiliario urbano, etc.

El hasta hace pocos días presidente de la Asociación de Comerciantes de Elche, Rafael Garrido, ha venido reclamando

## Rechazo al modelo de grandes áreas seguido en Alicante

El director del Plan Estratégico de Elche, Antonio Martínez, indicó a este periódico con motivo de la reunión celebrada la semana pasada para revisar los objetivos del plan de acción comercial que la línea que debe seguir Elche tiene que ser totalmente distinta a la que se ha practicado en la ciudad de Alicante. «Tenemos claro que hay que rechazar el modelo de sólo grandes superficies, como ha hecho Alicante. Este modelo ha llevado de grandes áreas comerciales a determinadas zonas de Alicante, generando al mismo tiempo el entorno no urbano de la ciudad», indicó.

La «batalia» contra las grandes superficies se ha llevado en Elche con distinto resultado. Los comerciantes se opusieron, históricamente, al proyecto del centro comercial de L'Aljub, que no vio la luz después de varios años y tras diversas modificaciones del proyecto inicial con la finalidad de que no fuera un nuevo gran hipermercado «puro y duro». Después han surgido nuevos proyectos, aún no materializados, que no han sido tan contestados por parte del pequeño comercio. De todas formas, desde la Asociación de Comerciantes de Elche se considera que el impacto que ha tenido el centro de Eroski en el polígono de L'Aljub sobre los establecimientos de la ciudad no ha tenido las consecuencias tan negativas como en un primer momento se esperaba.

que lo que hace falta ya es empezar a aplicar todas las acciones que recoge tanto el plan de acción comercial de Futurelx como el plan específico para Elche que en su momento también elaboró la Consellería.

Entre las líneas estratégicas del plan de acción comercial de Elche se recogen propuestas para implantar las nuevas tecnologías en los pequeños establecimientos, modernizar los mercados municipales a nivel de gestión y de oferta, así como la puesta en marcha de iniciativas que favorezcan la creación de nuevos comercios.

## Presupuesto de la asociación local

D. LÓPEZ

La Asociación de Comerciantes de Elche contará este año con un presupuesto de ingresos de 171.050 euros, según se aprobó en la asamblea celebrada el pasado jueves. El presupuesto de gastos, por contra, está fijado en 167.528 euros, por lo que quedará un pequeño remanente para imprevistos.

Los ingresos de la asociación

serán a través de las cuotas de los establecimientos asociados y por las subvenciones oficiales que se esperan obtener, según señaló el técnico de gestión del colectivo, Paqui Pérez.

Durante la asamblea también el presidente saliente, Rafael Garrido, dio cuenta de la memoria de actividades llevadas a cabo durante el pasado ejercicio, incluidas las solicitudes y reclama-

ciones realizadas ante el Ayuntamiento para la resolución de problemas puntuales en barrios. La nueva junta directiva, presidida por Antonia Pomares, tiene previsto reunirse pasado mañana, jueves, para realizar la distribución del resto de cargos que no fueron sometidos a elección.

Tal y como avanzó la nueva presidenta, Antonia Pomares, el trabajo a desarrollar ahora por la

directiva va a estar marcado por una línea de continuidad respecto a estos últimos cuatro años. Uno de los proyectos novedosos que se quiere abordar, al margen del centro comercial urbano abierto, es la creación de un centro-regalo que aglutine a todas las tiendas asociadas y que pueda dar un servicio completo en todo tipo de productos demandados.