

Las Mercedes apuesta por la noche para ganar clientes

La céntrica calle de Las Arenas retrasó el viernes la hora de cierre para relanzar la actividad hostelera y comercial

:: IÑIGO SÁNCHEZ DE LUNA

GETXO. La calle Las Mercedes de Las Arenas emuló en la noche del pasado viernes la selecta calle madrileña Serrano, con comercios abiertos más allá de la medianoche. Música en vivo, actuaciones, talleres para los más pequeños junto a unos cañones de luz enfocando las fachadas, resultaron atractivos suficientes para las cientos de personas que respondieron a la campaña 'Disfruta de compras y ocio en Getxo hasta medianoche', organizada por Getxo Empresarial y Comercial, GEYC.

La iniciativa contó con la participación de una veintena de comercios y establecimientos de hostelería que mantuvieron sus puertas abiertas más allá del horario habitual. El público respondió a la cita y la afluencia se disparó cuando la luna se apoderó del cielo. La agradable temperatura -27 grados- y la celebración del Getxo Folk en la cercana plaza de La Estación hicieron el resto.

La valoración de los comerciantes participantes fue positiva, si bien las ventas apenas se resintieron. La

propietaria de la tienda de moda femenina 'Lula', Susana Fernández de Toledo, se mostró «encantada» de cómo se estaba desarrollando la noche, «ya que no para de entrar gente en la tienda». Además, la mayoría de estas personas «no son clientes habituales. Nos estamos dando a conocer a un público nuevo». La empresaria mostró su disposición a repetir la experiencia. «Ojalá fuera en Navidad, sería la bomba», expresó eufórica.

También la encargada del establecimiento de alimentación Oka Delicatessen, María Jesús Martínez, valoró «muy positivamente» el trasiego de gente en su local que no lleva mucho tiempo abierto. Además, se sumaron a la fiesta con una degustación gratuita de jamón de bellota que funcionó como un imán para la gente que «por lo general son reticentes a entrar y conocer nuestros productos».

«Da gusto ver gente»

Menos entusiasta se mostró el gerente de la librería Troa, Iván Lozano, para quien «esta iniciativa está más dirigida a la hostelería que al comercio». A pesar de ello consideró importante que el público «entre, curioseé y nos conozca para futuras ventas». Unos metros más abajo, donde la animación callejera apenas era patente, algunos dueños de establecimientos reconocieron que no habían cumplido las expectativas», lo que motivó que cerraran las puertas de los negocios antes de la

hora prevista.

Todo lo contrario que los locales hosteleros. El bullicio emanaba, por ejemplo, de la Cafetería Xel Ha que elaboró un coctel especial para esta cita a base de vodka, zumo de na-

ranja y triple seco, entre otros ingredientes. Su encargado, Carmelo García, reconoció que «la noche ha empezado suave, pero afortunadamente se ha ido animando». En su opinión, este tipo de propuestas son «buenas para que la gente se mueva».

La tarima sobre la que pinchó una selección de éxitos musicales el Dj local, Jaime Vilallonga, se convirtió en uno de los polos de atracción, con público congregado a su alrededor. «Da gusto ver la calle repleta de gente paseando, esto hay que repetirlo más a menudo», repetía. En-

tre los más pequeños causaron auténtica sensación los trucos con globos del mago 'Magozaki', apostado en la puerta de 'Benetton Niños'.

Los paseantes también acogieron con agrado esta pionera propuesta para incentivar las ventas. Así Mari Nieves Aira, acompañada de dos amigas, recorría Las Mercedes para «disfrutar de un ambiente tan bonito». También hubo opiniones que apostaban por realizar más ediciones para «crear un hábito en la gente», aseguró Manu mientras disfrutaba de la plácida noche en compañía de su cuadrilla.



Chavalería apostada a la entrada de un comercio. :: PEDRO URRESTI

«La crisis retrae a la gente, pero las tiendas han vendido»

La gerente de Getxo Empresarial y Comercial, Nuria Ruiz de Hilla, calificó de éxito la primera edición de 'Disfruta de Compras y Ocio en Getxo hasta medianoche'. «Era una propuesta para promocionar las empresas participantes y lo hemos conseguido con creces. Objetivo cum-

plido», afirmó. En una primera valoración, a la espera de conocer en profundidad la opinión de los participantes, aseguró que «la hostelería ha sido el sector más beneficiado, pero ha habido tiendas que han vendido bastante». No se olvidó de la crisis económica actual, «que ha retraído, y mucho, las compras. Por eso son tan necesarias iniciativas de estas características». Sus promotores ya piensan en repetir la experiencia.

EN ARTEA

Déjate Envolver por el Otoño

www.arteanet.com