Suman a medios en “Elijo Local”

Tratan de involucrarlos

(AGENCIAS)

miércoles, 16 de octubre de 2013 02:00 a. m.

Destacan el círculo virtuoso al consumir los productos locales

ENSENADA.- Con el fin de involucrar a la prensa en la campaña Elijo Local, mediante estrategias publicitarias atractivas para las empresas participantes y los medios de comunicación, directivos de Canacintra presentaron y explicaron las oportunidades que abre esta iniciativa.

Apoyado en diapositivas, el presidente de la Canacintra, Mario Zepeda Jacobo, hizo una presentación general de la campaña orientada al consumo de productos y artículos hechos y comercializados en negocios locales.

Zepeda Jacobo explicó a reporteros, gerentes de publicidad, jefes de información, coordinadores editoriales y locutores el círculo virtuoso de consumir en negocios locales lo producido en la ciudad, así como el impacto positivo que esto genera en la dinámica económica.

Presentó los alcances, virtudes, particularidades, visión y reto de la campaña ideada para arraigarse en un periodo de tres años aproximadamente, toda vez que ello implica educar y concientizar al público sobre los beneficios de consumir lo local.

Reconoció la dificultad que enfrentan algunos negocios locales al competir en precios contra las grandes cadenas nacionales o trasnacionales, sin embargo, insistió en la calidad de los primeros y lo benéfico de generar derrama en la ciudad bajo la premisa de que un peso invertido aquí, se queda aquí.

Por su parte el vicepresidente de la cámara empresarial, Alejandro Jara, expuso que el modelo de formar cadenas de valor en pro de una economía local se ha utilizado en países europeos como Alemania, donde se han logrado resultados favorables.

Algunos de los medios sugirieron involucrar al gobierno en esta iniciativa para que otorgue esquemas flexibles en cuanto a impuestos y/o un trato preferencial hacia los negocios participantes. Mario Zepeda coincidió, pero agregó que hay un tema estructural que mientras no sea erradicado, difícilmente podrá prosperar la sugerencia: la corrupción.

Los medios plantearon inquietudes y la dificultad que les implica hacer entender a los comerciantes locales la importancia de darse a conocer a través de los medios, no mediante volantes o métodos tradicionales; en muchas ocasiones lo primero que los negocios sacrifican es su presupuesto para publicidad, por no considerarlo un gasto prioritario.

Al final se acordó realizar un calendario temático y de reuniones entre los medios y los afiliados a la campaña, con el fin de hacerles ver la importancia que tiene publicitarse, así como encontrar esquemas de coordinación para que ambas partes se vean beneficiadas.

Cabe desatacar que a la fecha son más de 70 empresas que se han integrado a Elijo Local, entre ellos productores, prestadores de servicios y puntos de venta.

SE SUMAN CANIRAC Y CANACO

Dio a conocer que se acaba de crear una alianza entre la Cámara Nacional de Comercio (Canaco) y Canirac, para que los comerciantes organizados promuevan en sus establecimientos los productos que la población podrá distinguir con la imagen de dicha campaña, así como los restaurantes con una manta en donde le den a conocer a la población que se están utilizando productos locales que se encuentran también inscritos en esta promoción.

De igual manera exhortó a la población a sumarse a esta cadena de desarrollo, en la cual podrán obtener productos y servicios locales a precios accesibles, para que con ello las empresas de la región continúen creciendo y ofrezcan más y mejores empleos, puntualizó el entrevistado.

;
Fuente: http://www.el-mexicano.com.mx/informacion/noticias/1/3/estatal/2013/10/16/705404/suman-a-medios-en-elijo-local