

I.R. Pamplona

Mejorar el acceso al centro de la ciudad y otras medidas compensatorias para paliar los cambios "drásticos" que supuso el plan de amabilización del centro urbano son algunas de las demandas que plantean desde la Asociación Área Comercial Ensanche, que aglutina a más de 180 establecimientos.

Lo hace en boca de la que es desde enero la nueva gerente María Jesús Alonso Arteaga. De 40 años, con pareja y madre de una hija de 11 años, afirma que, más allá de las grandes superficies, la competencia hoy del comercio local es internet y aboga por la necesaria presencia 'on line' de las mismas tiendas que conocemos a pie de calle.

Según los últimos datos publicados por el Instituto de Estadística, Navarra es la comunidad con mayor porcentaje de personas que han comprado por internet en los últimos meses. ¿Cómo se compite contra eso?

Tenemos que poner en valor la inmediatez, el trato personalizado, el asesoramiento y la especialización pero la tienda física y la virtual tienen que ir de la mano ya sea en redes sociales o por páginas web. Hemos tenido tiempo para adaptarnos a las grandes superficies, -aunque es cierto que con la próxima llegada de Ikea habrá comerciantes que lo pasen mal- y ahora el mayor enemigo del comercio local es internet.

El plan de amabilización que puso en marcha el anterior gobierno municipal, ¿ha convertido Pamplona en una ciudad hostil para el comercio?

Sí. En el comercio, las ventas disminuyeron en torno al 30%. Y entre los clientes generó mucha confusión: la gente no sabía ni por qué calles se podía entrar, dónde podías aparcar... Hemos echado de menos que se informase correctamente.

¿Considera que no se les ha tenido en cuenta?

Hemos querido apoyar y ayudar al Ayuntamiento pero al final nos ha hecho caso omiso. El Ayuntamiento decía que nuestros datos no eran creíbles; hicimos una campaña de agradecimiento hacia nuestros clientes que se tergiversó de una forma escandalosa y luego todo el acoso que hubo a los comerciantes que la secundaria nos pareció terrible.

¿Qué demandan a los nuevos gestores municipales?

Demandamos que haya un fácil acceso al centro. El centro de las ciudades es el corazón. Entre otras demandas, llevamos muchos años pidiendo aparcamientos en el soto Lezkairu con autobús lanzadera con una frecuencia continua. En el centro de nuestra ciudad se asientan más de 2.300 actividades económicas y el plan de amabilización ha supuesto un descenso de facturación de más de 40 millones de euros en solo un año, mientras los centros comerciales de la periferia la han aumentado. Claro indicador de que el origen de este descenso no ha sido internet, como muchos atribuyen.

¿Hay que cambiar el plan de amabilización entonces?

Desde luego es necesario revisar las medidas urbanísticas y de tráfico que se han puesto en marcha desde septiembre de 2017 para



María Jesús Alonso Arteaga, en las nuevas oficinas de Ensanche Área Comercial, en el Paseo de Sarasate, junto al cartel que anunció la primera edición de Ensanche La Nuit.

CALLEJA

MARÍA JESÚS ALONSO ARTEAGA GERENTE DE ÁREA COMERCIAL ENSANCHE

“Es necesario revisar las medidas del plan de amabilización”

“No se pueden tomar medidas drásticas sin ofrecer medidas compensatorias”, afirma la nueva gerente de los comerciantes del Ensanche. Alonso asegura que las ventas en el comercio local cayeron un 30% “no por internet, como muchos atribuyen”

EN FRASES

“Hay que conseguir el equilibrio entre un centro de la ciudad sostenible y accesible”

“La amabilización supuso pérdidas de facturación de 40 millones de euros en un año”

“Hemos tenido tiempo para adaptarnos a las grandes superficies y ahora el mayor enemigo del comercio local es internet”

poder conseguir el equilibrio entre un centro de ciudad sostenible y accesible.

¿Qué proponen?

Se necesita abrir la calle Padre Moret, el acceso al parking de Bañuarte, más plazas rojas en las zonas más cercanas al Primer Ensanche y Casco Antiguo, promover la bonificación de los parkings subterráneos por las compras realizadas; pero sobre todo, que la comunicación a la ciudadanía sea adecuada, no como hasta ahora. No se pueden tomar medidas drásticas para algunos sin ofrecer medidas compensatorias.

Es clara también su apuesta por que en Pamplona se instalen los llamados BIDs (distritos en los que los titulares de negocios aportan una cuota que revierte luego en servicios para esa zona)

¿Lo veremos?

Lo veremos pero es complicado ponerlo en marcha. Con este modelo se consigue que las marcas,

asociadas a grandes grupos empresariales -los free riders- se involucren en la revitalización de la trama urbana. El BID genera unos ingresos fijos para invertir en los proyectos que cada zona estime oportuno desde reforzar la seguridad, limpieza, campañas de sensibilización...

¿Qué transformación va a suponer para el centro de la ciudad la instalación de Zara en el antiguo edificio de la Vasco Navarra?

Está por ver. Lo que a nosotros nos preocupa ahora es qué va a pasar con los locales que ocupa el grupo Inditex en la avenida de Carlos III. Nos preocupa que queden vacíos. Por otro lado, Zara y Corte Inglés tan juntos van a generar nuevos tránsitos peatonales hacia la avenida de Roncesvalles. Se revitalizará todo el entorno de calle Estella, García Castañón y San Ignacio.

¿Qué tendencia observamos hoy en el comercio del Ensanche, más locales vacíos o rotación de

negocios?

Durante los años de la crisis fueron momentos duros. Cierres continuos y calles con decenas de locales vacíos. Hoy se abren muchos comercios pero la rotación de negocios es elevada quizás por falta de información o planificación.

¿Cuál es la principal dificultad ahora para que alguien ponga en marcha un comercio?

Hay que tener muy medida la inversión que vas a hacer como el 'colchón económico' para sobrevivir los primeros dos años sabiendo que vas a tener pérdidas. Observamos una falta de mentalidad para entender que es necesario un plan de marketing para darte a conocer. Es esencial tener claro tu camino en redes sociales, qué es lo que quieres transmitir, elegir bien las fotos... para que al cliente le entren ganas de ir a comprar a tu establecimiento.

Asesoramiento

Además de las propuestas que ha citado anteriormente ¿Qué medidas tiene ahora sobre la mesa?

La más inmediata, esperamos poder incrementar el presupuesto destinado a comercio tanto en el Ayuntamiento de Pamplona como en el Gobierno de Navarra. En los últimos meses han aparecido asociaciones pequeñas en barrios y en lugar de aumentar el presupuesto para repartirlo tenemos la misma cantidad. Son asociaciones pequeñas que en realidad no aportan los servicios que podemos aportar desde aquí.

¿Cómo cuáles?

Asesoramiento sobre el consumo (hay que tener en cuenta que tenemos una ley foral propia); contamos con un gabinete de abogados que aclaran dudas de los asociados; información sobre cambios en normativas (hostelería, prevención de robos, tráfico...).