

“Los problemas para aparcar son la gran barrera para ir de compras”

María Jesús Alonso Gerente del Ensanche Área Comercial

A María Jesús Alonso le llaman con frecuencia comerciantes que, con el cambio de temporada, se plantean echar la persiana: “Ahora están asustados con las facturas y con los costes de los proveedores”

PEDRO GÓMEZ
Pamplona

La gerente de la Asociación Ensanche Área Comercial, María Jesús Alonso Arteaga, está satisfecha porque buena parte de los locales que echaron la persiana durante la pandemia vuelven a tener actividad de la mano de nuevos emprendedores y empresas. “Pero hay una realidad detrás de los mostradores que no se ve. Todos los costes suben. Los comerciantes están afrontando facturas que ponen en riesgo su viabilidad económica”, comenta. Gran defensora del asociacionismo, Alonso ha invertido este año innumerables horas en “pelear subvenciones” y en reuniones con representantes institucionales y políticos. También ha invertido gran esfuerzo con su equipo técnico para organizar los actos del 30 aniversario de la asociación, que culminaron con una gala en Baluarte el 8 de septiembre.

Este año las aperturas duplican a los cierres. ¿Goza de buena salud el Ensanche?

Ciertamente. Hablamos de una zona muy grande, con 1.400 negocios a pie de calle de sectores y tipologías muy variadas. Es verdad que las ventas y la afluencia de clientes son muy irregulares y es difícil encontrar una pauta o explicación del porqué de estas altas y bajas. Las cifras de nuevas aperturas son claras, son hechos reales y demuestran que seguimos siendo la zona comercial más fuerte, por lo que los emprendedores nos eligen.

¿Cómo está el ánimo de los comerciantes?

Han pasado momentos muy duros los últimos años y les está costando recuperarse. Al comienzo del año vivieron un momento de esperanza, pero ahora la situación económica nacional e internacional es muy pesimista y no ayuda nada. En cada cambio de temporada, cuando toca negociar con los proveedores, hay comerciantes que se plantean la terrible duda de si cerrar o continuar. Nuestros asociados se preocupan cuando les llegan las facturas y ven que tienen que pagar el doble o triple de luz, gas o costes de proveedores, haciendo muy complicada la continuidad de los negocios.

Este verano ha sido de vuelta a la normalidad, con Sanfermines, más turismo. ¿Lo ha notado el Ensanche?

El principal problema es que los turistas llegan hasta el Monumento al Encierro, pero no pasan de la avenida de Roncesvalles que es donde está nuestra línea de trabajo. Estamos trabajando para acercarnos a los turistas y la web de nuestra asociación está ahora disponible en inglés y francés y tiene contenidos turísticos e información práctica. Nos gustaría hacer también una guía o catálogo de comercios para repartir en las oficinas de turismo y hoteles, para que los visitantes sepan que somos la mayor oferta turística comercial.

¿A los de aquí también les cuesta moverse por el Ensanche?

El aparcamiento es una de las barreras con las que se encuentran los ciudadanos para ir de compras. Es difícil encontrar sitio en superficie, en hora punta los aparcamientos subterráneos están completos y la gente ve la estación de autobuses o Baluarte como lejanos, aunque estén pegados al Ensanche. Para solventar este problema solemos hacer campañas dirigidas a los clientes regalando horas de parking. También nos gustaría que mejorara la frecuencia del transporte público o que hubiera una línea circular en el Ensanche.

¿Así que ven con buenos ojos el proyecto de parking subterráneo de la plaza de la Cruz?

La necesidad de más aparcamientos subterráneos viene de lejos. Ha habido proyectos en la calle Olite, la avenida Galicia... que no salieron adelante. Entiendo que son proyectos de gran envergadura y alto coste pero serían muy beneficiosos.

¿Qué le parece el Plan Especial (PEAU) del II Ensanche?

Tiene ideas interesantes. Por ejemplo, trasladar la fuente de Merindades mitigaría la barrera psicológica que actualmente es la avenida Baja Navarra para el flujo de clientes a lo largo de toda la avenida Carlos III. Pero algunas decisiones pueden provocar un efecto dominó negativo, por no tener una mirada amplia de todas las consecuencias y sectores afectados. Además, se está barajando una nueva zona comercial junto a la gasolinera del Seminario y nos parece un sin sentido. Desde la asociación



María Jesús Alonso, en Carlos III, arteria comercial del Ensanche. J. CASO

DNI

María Jesús Alonso Arteaga (Madrid, 6 de abril de 1979) es la gerente de Ensanche Área Comercial desde enero de 2019. Con anterioridad trabajó en los sectores de la telefonía y la construcción. Está casada y tiene una hija.

Ensanche Área Comercial es una entidad sin ánimo de lucro con 170 asociados. Este año celebra su 30 aniversario como asociación de empresarios de comercio, hostelería y servicios.

EN FRASES

“Es indispensable ir quitando tráfico de paso de Baja Navarra, pero habrá que buscar una alternativa para miles de vehículos”

“Para competir en igualdad de condiciones con las grandes superficies necesitamos parkings con precios populares”

transmitimos que hay poca demanda para la gran oferta de comercios que existente y esta propuesta debilita el tejido comercial de toda la ciudad, no sólo del Ensanche. No podemos entender que desde la clase política se planteen estas acciones después de todas las reuniones que mantenemos con ellos.

El Ayuntamiento quiere contar con la opinión de los comerciantes para la transformación de la avenida Baja Navarra.

Es indispensable ir quitando el tráfico ‘malo’, el que es de paso que únicamente provoca contaminación, ruidos, atascos y problemas de seguridad. Lo idea es el que el tráfico sea principalmente de residentes, visitantes y las personas que quieren hacer un consumo local y responsable. Sabemos que no es una medida sencilla porque hay que buscar una ruta alternativa para prácticamente la mitad de los 35.000 vehículos que pasan a diario. Por algún lado lo tienes que llevar. Es cierto que para todo esto son necesarias grandes inversiones y mucha voluntad política. Para mí lo primordial es ejecutar las cosas con un orden coherente. Lo primero es impulsar una red de parkings subterráneos y a ser posible a precios populares. Así estaríamos en igualdad de condiciones con las grandes superficies de la periferia.

Los fondos europeos son una oportunidad para mejorar las ciudades y su tejido económico.

Nosotros, como asociación, agradecemos el esfuerzo que ha hecho el Ayuntamiento de Pamplona, aprovechando las convocatorias Next Generation para el bien del sector y de la ciudad en general. Cada una de estas convocatorias suponen un gran esfuerzo de tiempo y recursos de personal para preparar toda la documentación y cumplir todos los requisitos solicitados, pero son un gran impulso para la viabilidad del trabajo de las asociaciones.