



Excmo. Ayuntamiento de Alicante

Informe de la Actividad Comercial en Juan XXIII - 2º Sector



Excmo. Ayuntamiento de Alicante

**Informe realizado por: Carmen Ivars Ronda
Socióloga**



Excmo. Ayuntamiento de Alicante

ÍNDICE

NOTA ACLARATORIA	3
1. Introducción	4
<hr/>	
2. Objetivos Generales y Específicos	6
<hr/>	
3. Análisis Descriptivo.	
Oferta Comercial	7
Perfil del Comerciante	10
Asociacionismo	13
Expectativas futuras: interés y previsión de mejora	16
Problemas y Carencias	19
<hr/>	
4. Valoración	
Conclusiones	23
Propuestas y líneas de actuación	24



Excmo. Ayuntamiento de Alicante

NOTA ACLARATORIA

Dado que la fecha de finalización del presente informe se situó en el verano de 2004, y por el propio carácter dinámico de la realidad, cambiante en sí misma, algunos de los datos que se presentan aquí no están del todo actualizados, puesto que tenemos conocimiento de ciertos comercios que han cerrado sus puertas para dar lugar a otros nuevos. De la misma manera, el 23 de septiembre se reunió la Asociación de Comerciantes del barrio que, si bien existía formalmente, no así en la práctica. Esta reunión tuvo como orden del día constituir la Junta de Gobierno con la firme intención de trabajar de manera continuada y efectiva por la mejora de la realidad comercial de Juan XXIII - 2º Sector.

Pensamos que, a pesar de estos cambios recientes en algunos aspectos tratados en el presente informe, la realidad estructural se mantiene prácticamente invariable, los problemas y características del sector comercial continúan siendo los mismos.

Por ello, hemos considerado oportuno mantener el presente informe tal cual se elaboró en su momento, con alguna modificación únicamente en el último punto "Propuestas y Líneas de Actuación".

(noviembre 2004)

Servicio de Coordinación de Proyectos



Excmo. Ayuntamiento de Alicante

1. Introducción

El 2º Sector del barrio Juan XXIII es actualmente objeto de un Plan Municipal de Intervención Integral por parte del Ayuntamiento de Alicante para lograr, entre otros objetivos, la revitalización socio-económica, así como la activación social de la propia comunidad para la mejora de sus condiciones de vida.

Dentro de esta línea de acción, y como complemento a otras intervenciones, se ha visto la necesidad de elaborar un análisis más pormenorizado acerca de la situación comercial en el barrio, que ha dado lugar al presente informe.

La realidad de la actividad comercial en el barrio Juan XXIII 2º Sector, desde hace más o menos unos siete años, se ha deteriorado bastante, según la opinión de los comerciantes del barrio, provocando en ellos una sensación de impotencia y de desánimo que no facilita para nada la mejora de su actividad económica. Existe, actualmente, una sensación generalizada de apatía y de que no vale la pena invertir en la mejora de sus establecimientos, dada las precarias condiciones socioeconómicas que manifiesta un número importante de familias del barrio.

La instalación de un supermercado en las inmediaciones del barrio es, por añadido, un factor más que afectará a la realidad comercial del mismo, debiendo preverse las consecuencias negativas y las posibles adaptaciones que se harán necesarias en su momento si se quiere mantener una estructura comercial que permita abastecer a los vecinos del 2º Sector de Juan XXIII.

El barrio nunca ha sido un centro comercial importante, ni en sus mayores momentos de “esplendor”: casi la totalidad de los establecimientos comerciales han seguido siempre el eje de la calle Francisco Bas Mingot (popularmente, “la cuesta”), dedicándose fundamentalmente a la provisión de productos de abastecimiento diario (alimentación y bebidas, farmacéuticos, tabacos, prensa, etc.); también han existido algunos negocios del sector terciario que hoy prácticamente han desaparecido. La actividad comercial fuera de la calle mencionada es hoy nula. Además, el deterioro y el desánimo parecen afectar más a las actividades más cercanas a la parte de arriba de la cuesta que al sector inferior, siendo éste un factor desestabilizador importante.



Excmo. Ayuntamiento de Alicante

El presente informe, fruto del análisis exhaustivo de 27 entrevistas realizadas durante los meses de marzo y abril a los comerciantes del barrio (sobre un total de 32 comercios actualmente con actividad) ha sido elaborado con la única pretensión de ofrecer una visión global y plurifactorial de los diversos componentes que se entrecruzan en la composición de una realidad compleja, elementos que afectan no sólo al sector comercial del barrio, sino que tienen una repercusión más amplia sobre otros componentes del sistema barrial (por ejemplo, en el aumento del deterioro social del barrio).

Según todo esto, los resultados obtenidos se han clasificado según cinco grandes categorías:

- Descripción de la Oferta Comercial.
- Perfil de los comerciantes.
- Asociacionismo comercial.
- Expectativas futuras respecto a la actividad comercial.
- Problemas y carencias sentidos.

Las conclusiones aquí presentadas invitan a una reflexión sobre este tema por parte de las diferentes áreas municipales implicadas en el Plan Municipal de Intervención Integral del barrio, mostrando no tanto proyectos concretos de actuación como principios básicos por medio de los cuales debe actuarse para corregir, en la medida de lo posible, los efectos perversos del deterioro.



Excmo. Ayuntamiento de Alicante

2. Objetivos Generales y Específicos

El fin último del presente informe es, precisamente, el de informar a los comerciantes del barrio, a vecinos, y a representantes de la Administración Local, de una manera sucinta, global y clara, de la realidad comercial del barrio y de los múltiples factores y elementos que se entrecruzan para definir dicha realidad. Todo ello para lograr definir unos principios básicos de actuación para corregir, en la medida de lo posible, el paulatino deterioro del 2º Sector de Juan XXIII en el ámbito que nos ocupa.

Este objetivo último se traduce, más concretamente, en:

- Obtener una visión global y plurifactorial de la realidad comercial del barrio, atendiendo a las diversas variables que pueden influir en dicha realidad, como son:
 - Descripción de la Oferta Comercial.
 - Perfil de los comerciantes.
 - Asociacionismo comercial.
 - Expectativas futuras respecto a la actividad comercial.
 - Problemas y carencias sentidos.

- Identificar algunos principios de intervención necesarios, según las necesidades y potencialidades detectadas, que contribuyan a la:
 - Supervivencia y / o adaptación de los comercios existentes.
 - Introducción de nuevos sectores comerciales en el barrio.
 - Integración con otras acciones complementarias que repercutan en la actividad del sector comercial.



3. Análisis descriptivo

▪ Oferta Comercial

Los comercios del 2º Sector de Juan XXIII se sitúan casi en su totalidad, como ya se ha comentado, en la calle Periodista Francisco Bas Mingot. La siguiente tabla muestra la distribución de comercios existentes en el barrio según el tipo de actividad:

TIPO COMERCIO	CANTIDAD
Droguerías	3
Tiendas de alimentación	4
Bares	8
Estancos	1
Inmobiliarias	1
Locutorios	2
Prensa	2
Panaderías	4
Frutería	1
Calzado	1
Comida preparada	1
Persianas y aluminio	1
Ferretería	1
Carnicería	1
Fontanería	1
TOTAL	32

(* en la tabla están incluidos todos los comercios, aunque no realizaran la entrevista)

Todos los comercios están ubicados en la calle Periodista Francisco Bas Mingot y uno solo en la calle Maestro Rosillo



Excmo. Ayuntamiento de Alicante

Del **total de comercios** que aparecen en la tabla anterior, se han realizado 27 entrevistas, ya que varios de los comercios no accedieron a realizar las mismas por diferentes motivos. No obstante, el porcentaje entrevistado (que llega casi al 85 %) es lo suficientemente amplio como para poder extraer una conclusión fiable de las características de la oferta comercial del barrio 2º Sector de Juan XXIII.

De los locales comerciales de Juan XXIII un 59% están en **régimen de propiedad** y el 41% restante están alquilados. En relación al tipo de organización de cada uno de los negocios, vemos que el 85% de los comercios tienen una organización familiar, suelen tener una sola persona en el comercio y la familia del propietario normalmente ayuda a llevar el comercio.

Respecto **al horario** de apertura, son los bares, las dos panaderías y los dos establecimientos de prensa los que abren a horas más tempranas. De entre ellos cabe señalar que los bares, aunque tienen un horario de apertura y cierre concretos, no suelen cumplirlos estrictamente. Así, es posible que haya días que abran más tarde o que no abran. Los comercios que cumplen un horario estable son la farmacia, el estanco, las droguerías, las panaderías y el kiosco. Los que suelen tener una apertura más inestable es sobretodo, como anteriormente comentábamos, los bares.

Respecto a la **organización y servicios del comercio**, en la entrevista se preguntaba a los propietarios si poseían ordenador para llevar la contabilidad o la caja del negocio. El resultado es que tan solo la farmacia, el locutorio y el estanco poseen ordenador. El resto de los comercios no lo poseen. Frente a la pregunta la mayoría reaccionaba con asombro, ya que para ellos, tal como está la situación del barrio, no vale la pena tener ordenador. La contabilidad de los comercios, tanto si tienen ordenador o no, la suelen llevar sus gestores.

Ante la pregunta de qué **tipos de pago poseen**, la respuesta coincide de manera unánime en que la forma de pago es al contado y sólo esa. Varios comerciantes contestaron incluso que “aquí sería impensable pagar con tarjeta”, “aquí no tengo ni caja registradora”.

Desde el punto de vista en que fue diseñada la entrevista, cuando se plantearon las preguntas de **las reformas**, estas se referían a sí en algún momento el propietario del comercio había cambiado tanto físicamente como estéticamente el local, para darle al mismo cierta modernidad. Por los resultados obtenidos el concepto de reforma no se adapta al planteado, las reformas a las que se referían la mayoría de los comerciantes era por cuestiones de roturas, goteras, nuevas sillas y mesas, roturas por robo, pintar el local, es decir reformas que no se deben a una decisión de cambio para mejorar la calidad y el servicio de su negocio, sino más bien a una necesidad urgente frente al deterioro.



Excmo. Ayuntamiento de Alicante

En cuanto al tiempo en que se efectuaron las reformas, nos encontramos con que muchos de ellos no han hecho reformas de ningún tipo nunca (“no vale la pena”) y algunos de éstos llevan en el comercio más de 25 años. Por otro lado, aquellos propietarios que han entrado hace poco han comprado el local con maquinaria y mobiliario y lo han dejado como estaba. Solo el locutorio y la inmobiliaria necesitaron cambiar la disposición y el mobiliario para adaptarlo al nuevo negocio.

Así pues, podemos definir el comercio del barrio como:

- Familiar
- En propiedad
- Sin horarios de apertura y cierre muy fiables
- Sin adaptación a las nuevas formas de pago, ni gestión del comercio.
- Sin ningún tipo de modernidad, ya que muchos de ellos nunca han realizado reformas

De los comercios en propiedad hay que señalar que todos tienen una organización familiar y que son propietarios desde hace muchos años. Si tenemos en cuenta la flexibilidad de los horarios de apertura y cierre, y la no disposición de ordenador (ni siquiera algunos de caja registradora), podemos deducir que el nivel de exigencia de los comerciantes con sus negocios no es demasiado elevado:

- Respecto a los horarios de apertura y cierre, con solo plantear la pregunta ya decían que “depende, pero más o menos.....”; es decir, que aunque todos tengan un horario establecido, en la realidad son muy flexibles, adaptados a la vida de los propietarios (sobre todo los de organización familiar), siendo muy común que cuando alguno falta por cualquier motivo el comercio se cierra, se abre más tarde o no se abre.
- En casi todas las entrevistas reflejaban su asombro cuando se les preguntaba por el ordenador, o por si disponían de la modalidad de pago con tarjeta. El discurso de los comerciantes, como iremos viendo a lo largo de este análisis, se centra en gran parte en que la situación social exterior del barrio condiciona de manera limitante el desarrollo de su actividad comercial. Así, nos encontramos con repuestas como “no me va mal, intento invertir en calidad, pero no más de lo que el barrio me permite. El barrio no tiene dinero, por tanto no puedo invertir”.



Excmo. Ayuntamiento de Alicante

▪ Perfil del comerciante

De un total de 27 entrevistas realizadas en el barrio, 13 correspondieron a mujeres y 14 a hombres, todos ellos propietarios de sus comercios. No podemos afirmar por tanto que predomine un sexo sobre el otro entre los propietarios comerciantes del barrio.

Respecto a las edades de los entrevistados, se pueden distribuir de la siguiente manera:

- Entre 20 y 24 años: 1 entrevistado
- Entre 25 y 35 años: 4 entrevistados
- Entre 36 y 45 años: 5 entrevistados
- Entre 46 y 55 años: 9 entrevistados
- Entre 56 y 65 años: 7 entrevistados
- No contesta: 1 entrevistado
- TOTAL: 27 entrevistados

Los grupos de edad mayoritarios son los de entre 45 y 55, y entre 56 y 65 años (casi 6 de cada 10 propietarios están en estos intervalos de edad). Cabe señalar que la mayoría de los propietarios que comprenden estas edades son comerciantes de toda la vida, o bien son del barrio de toda la vida.

Respecto a los estudios realizados por los entrevistados, sólo 7 tienen estudios superiores; los 20 restantes tienen estudios primarios.

Por otro lado, sólo tres de los entrevistados poseen otra actividad económica aparte del comercio del 2º Sector de Juan XXIII.

Respecto a si el comerciante **vive en el barrio** o no, los resultados han quedado así: de los 27 comerciantes, 10 viven en el barrio, y los 17 restantes no lo hacen. Éstos últimos se pueden dividir, por un lado, en los que han llegado nuevos al barrio y han montado un negocio sin haber residido en el barrio nunca y, por otra parte, los que no viven en el barrio actualmente, pero lo han hecho hasta hace unos años. Estos son los que no aguantaron la situación del barrio como vecinos y buscaron la vivienda fuera del mismo, pero han mantenido el comercio en el barrio, bien por no poder venderlo a buen precio, o bien por no querer perder el negocio. Esta distinción la hacemos debido a que el grupo de vecinos que no vive en el barrio, pero que lo hizo en el pasado, tiene un discurso muy parecido a los que todavía viven en él. Así, entre los 17 comerciantes que no viven en el barrio hay 5 de ellos que tienen un discurso muy parecido a los que sí residen en él; esto es debido a lo que explicábamos con anterioridad, estos 5 comerciantes han vivido en el barrio durante mucho tiempo.



Excmo. Ayuntamiento de Alicante

En relación a la **cantidad de tiempo que lleva abierto el comercio**, en la tabla anterior se ve cómo predominan los comercios tradicionales del barrio, con más de 15 años, aunque también es significativo el número de comercios que han comenzado su actividad hace menos de un año. Esto ha de deberse principalmente a los bajos precios de dichos locales comerciales, en relación con los de otros barrios, más que a una tendencia al crecimiento de la actividad y expectativas comerciales del 2º Sector de Juan XXIII. Desde un punto de vista subjetivo, y en relación con los años que llevan en el comercio, podemos diferenciar:

- ❑ al comerciante que lo es de toda la vida,
- ❑ al que ha venido de fuera del barrio y ha montado un local,
- ❑ Y al que vive de toda la vida en el barrio y decide abrir un local.

De todos ellos, son los comerciantes de toda la vida los que tienen un discurso quizás más fatalistas, con menos esperanza y con unas perspectivas de futuro bastante negativas.

Por otro lado los comerciantes que han decidido abrir un comercio en el 2º Sector de Juan XXIII en los últimos 2 años tienen un discurso más suave del barrio: aunque no niegan que la situación del barrio es complicada, a diferencia de los primeros, en su discurso separan la situación general del barrio de la situación de su comercio en particular.

Respecto a los **cursos de formación** relacionados con el comercio, tan solo los propietarios de la farmacia, del locutorio y de la inmobiliaria han realizado cursos de gestión económica. El resto de los comerciantes han realizado, en general, los cursos de manipulación de alimentos y riesgos laborales.

De esta pregunta se desprende la importancia que los comerciantes le dan a su formación en relación con su comercio. Son muchos, sobre todo los que poseen muchos años con el comercio, los que han recurrido a las repuestas de que la experiencia es la que les da la formación, o bien, como ha pasado a lo largo de la entrevista, ha recaído otra vez en discurso sobre la situación exterior del barrio.

Respecto a si alguna vez han pedido **subvenciones o ayudas**, o si las han recibido en alguna ocasión, tan solo Emilia la del estanco, Arjona la de las persianas, Fernando el de la farmacia y Josefa la del kiosco, han pedido algún tipo de subvención: Josefa lo pidió por invalidez, Arjona por una inundación del local, y Emilia y Fernando lo han pedido con relación a la ampliación de sus comercios.



Excmo. Ayuntamiento de Alicante

Así, a modo de resumen, el perfil tipo del comerciante del 2º Sector de Juan XXIII sería:

- Hombre o mujer
- Con edades generalmente superiores a los 45 años
- Con estudios básicos
- Casado/a con hijos.
- Con vivienda fuera del barrio
- Poseen el comercio más de 15 años
- No tienen formación relacionada con su comercio
- Nunca han pedido una subvención o ayuda para su comercio
- No tienen otra actividad económica aparte del comercio del barrio

De esta manera, podemos concluir que el perfil del comerciante del barrio del 2º Sector de Juan XXIII, no posee una visión estratégica idónea para mejorar su actividad económica. Es decir como podemos ver a la luz de los resultados expuestos, el comerciante trabaja sobre mínimos, no cree necesaria una formación personal, no cree necesario pedir subvenciones o ayudas para el comercio, y como iremos viendo en el transcurso del análisis primará la situación general del barrio sobre la situación del comercio en sí (en un discurso del tipo: “con los problemas que tenemos en el barrio no vale la pena invertir para mejorar el negocio”).



▪ **Asociacionismo**

Respecto a la pertenencia a alguna asociación del barrio, de los 27 entrevistados 11 de ellos han estado vinculados o lo siguen estando a las asociaciones barriales (Hoguera, A.VV.). No todos ellos poseen las mismas implicaciones: están, por un lado, los que colaboran en todo (se refieren a comprar lotería, participar en las actividades que organicen, etc...), los que están en la Hoguera y colaboran con los vecinos, y por otro lado, los que han estado en un pasado con la A.VV. y actualmente tienen una opinión contraria a su funcionamiento.

Entre los comerciantes entrevistados, solo 7 de los 27 están implicados en la **asociación de comerciantes**, bien por tener un cargo dentro de la junta o bien por tener una participación muy directa. Todos estos coinciden en dos cosas: por un lado, en la existencia de discrepancias con la asociación de vecinos debido a que, según su opinión, la misma no apoyaba sus posiciones ante la Administración y, por otro, en la escasa disponibilidad de tiempo con que contaban para llevar a cabo todas las gestiones de la asociación (recordemos que el 88% de los comercios son familiares, no pudiendo cerrar una mañana “para ir a llevar papeles”).

Por otra parte entre los comerciantes entrevistados hay 8 (algo más de un 29 %) que sí conocen la asociación pero, o bien no participaban o bien sólo iban a las reuniones y colaboraban con la cuota anual.

Por último, hay 12 propietarios (algo más de un 44%) que no conocen la asociación de comerciantes, normalmente se refiere a los que han llegado en los últimos tiempos, cuando dicha asociación ya había desaparecido.

Respecto a la opinión que tienen sobre si **sería beneficioso que la asociación de comerciantes volviera a funcionar**, los que dan una respuesta afirmativa a esta cuestión, son los que anteriormente estuvieron más o menos vinculados a la misma. Aun así, sigue existiendo un 51% que opina que no serviría de nada. Estos últimos recaen en el discurso fatalista de que, si no se soluciona la situación general del barrio, no valdría la pena organizarla de nuevo. Son posturas derrotistas y muy dependientes, en el sentido de que piensan que el origen de su situación no tiene nada que ver con su gestión como comerciantes, sino con la situación de deterioro social y económico del barrio. Así pues, se encuentran discursos del tipo: “no vale la pena”, “para ir bien habría que limpiar el barrio, tirar a toda esa gente” “al punto que hemos llegado no se puede hacer nada”, etc...



Excmo. Ayuntamiento de Alicante

Seguidamente, se preguntó a los entrevistados qué tipo de **propuestas podrían unir a los comerciantes** para volver a hacer funcionar la asociación. Las respuestas se dieron un poco al hilo de lo anteriormente dicho: por un lado, 11 de los 27 entrevistados no supo qué contestar o directamente no contestó; por otro lado, seis opinan que el tema de la seguridad podría unirles (una vez más salen cuestiones externas a la propia gestión de su actividad comercial).

El 2º Sector de Juan XXIII se caracteriza por ser un barrio con una intensa actividad comunitaria. **La relación entre los comerciantes es fundamentalmente personal.** Ninguno de ellos realiza actividades comerciales conjuntas con el resto. Se podría decir que están por un lado los que llevan mas años en el barrio con el comercio en funcionamiento y que, entre ellos, la relación es más estrecha (entendido como que, en un momento dado, pueden hacerse favores y personalmente se conocen más), y por otro lado estarían los que llevan menos tiempo en el comercio y, por lo tanto, su relación es correcta pero no demasiado profunda.

Las relaciones más estrechas parecen ser las de:

- ❑ Bar Peluso (tesorero), ferretería Camacho (presidente), estanco (secretaria), prensa Raúl (estaba en la junta): todos relacionados con la asociación de comerciantes.
- ❑ Por implicación y relación con los anteriores: bar Che Que Bo, farmacia.
- ❑ Comerciantes con un interés identificado como real: Isabel (Secuc), Ginés (droguería), Raúl (locutorio), Begoña Morant (panadería final de la cuesta, es joven lleva poco tiempo en el comercio y tiene una opinión “suave” del barrio).
- ❑ En potencia: M^a Carmen Rubio (xiquet de la farina), Bernardo Berenguer (frutería, este entró nuevo hace poco tiempo tienen una visión más suave del problema), Ana Bernal (droguería Lareche), Consuelo Sánchez (comestibles Xelo, ésta lleva mucho tiempo en el comercio, tiene un discurso fuerte, muy directo, quizás sin demasiadas alternativas), Josefa Martínez (prensa, el kiosco del final de la cuesta, tiene un discurso parecido al de Chelo, bastante fuerte).

Respecto a la **organización de actividades comerciales conjuntas** entre comerciantes del barrio, es necesario decir que no hay absolutamente ninguno de los entrevistados que las realice, ni siquiera de manera puntual. Lo que sí que existe es una cierta solidaridad, y el mismo sentimiento de pertenecía al barrio hace que muchos productos se los compren entre ellos. Por otro lado, también ha sido señalado en varias entrevistas el apoyo de los comerciantes entre sí ante la inseguridad; es decir, hay comerciantes en la cuesta que se ponen de acuerdo para abrir o cerrar la tienda conjuntamente porque tienen miedo a ser atracados; esto ocurre sobre todo en la parte de arriba de la cuesta.



Excmo. Ayuntamiento de Alicante

Las conclusiones que podríamos extraer de este apartado son:

- Poca base asociativa, ya que pocos comerciantes son los que participaban en la antigua asociación; aunque todos estuvieran dentro de ella eran sólo los de la junta y los más cercanos los que realizaban efectivamente el trabajo. En la actualidad no existe ninguna actividad comercial conjunta.
- Poca iniciativa de cambio; suelen tener una visión resignada y fatalista, aunque hay que tener en cuenta siempre que estas opiniones tienen más que ver con el barrio en general que con el comercio en particular. Para ellos su comercio es la consecuencia del estado del barrio. Por tanto, el cambio de actitud de los comerciantes siempre debería de ir en la línea de que son ellos los que deben de identificar su potencial para el cambio.
- No poseen propuestas ni ideas de cómo empezar a solucionar sus problemas. Este punto viene al hilo del anterior, ya que hasta que no asuman como propia su responsabilidad ante el problema no podrán surgir propuestas viables.
- Los comerciantes mantienen entre sí relaciones cordiales. Existen dos grupos que se pueden identificar, el primero por su peso dentro del antiguo movimiento asociativo, y el segundo por haber manifestado una actitud positiva para la creación de la asociación y un tercer grupo que puede ser potencialmente participante; estos grupos han sido identificados un poco más arriba.

Dadas las buenas relaciones existentes, en general, de los comerciantes del barrio entre sí, habría que aprovechar aquéllas que sean más estrechas y fuertes para tratar de generar unas redes sociales que permitan una organización entre ellos, organización que facilitaría la toma de decisiones y la ejecución de actividades conjuntas orientadas a la mejora de su situación como propietarios de un negocio.



Excmo. Ayuntamiento de Alicante

▪ **Expectativas futuras: interés y previsión de mejora**

En este apartado vamos a mostrar los resultados referentes a las expectativas de los entrevistados con relación al futuro de su comercio.

Respecto a la intención de **realizar reformas** en su comercio, hay que decir que todas las respuestas vienen marcadas por la situación exterior del barrio, más que por la situación concreta del comercio. El 85 % de los comerciantes no tiene intención de reformar el comercio (“no vale la pena”, “depende de la situación del barrio”, “lo que tengo que hacer es irme”, “depende de la iniciativa que tome el ayuntamiento” son algunos de los discursos que han aparecido), ya que siguen teniendo una posición dependiente respecto a la actuación de la Administración y al cambio de la situación general del barrio. Tan solo un 15 % de los entrevistados piensa realizar alguna reforma en un futuro (Emilia del “Estanco”, Cristóbal Heredia de “Calzados Melody”, Miguel Puche del “Che Que Bo”, Josefa Martínez del Kiosco al final de la cuesta).

Después de plantear la pregunta anterior se quiso comprobar si existía en los comerciantes la relación entre **inversión en el comercio y las posibilidades de mejora**. En general, se recae en el mismo discurso, aunque primeramente se da una respuesta positiva entre la relación entre inversión y mejora del comercio: esta relación se rompe cuando el comerciante realiza la comparación con su propio comercio, aquí se vuelve al discurso fatalista y resignado de que la situación del barrio no les deja avanzar. Desde el punto de vista del comerciante, un 11% cree que no vale la pena invertir en nada del comercio, porque la situación del barrio es muy precaria. Incluso varios entrevistados afirmaron que habían tenido que bajar la calidad de sus productos, porque el nivel adquisitivo del barrio, en general, ha bajado significativamente.

Idéntica situación se ha dado cuando se les planteó la idea de **invertir en nuevos productos, facilidades y servicios**. Para el comerciante del 2º Sector de Juan XXIII la inversión en el comercio del barrio es independiente de que éste funcione mejor; es decir, que aunque reconozcan que un comercio que invierte en nuevos productos siempre funcionará mejor, saben que este hecho en el barrio no funcionaría, porque es superior la carga exterior de la situación del barrio sobre los propios problemas concretos de la actividad comercial.



Excmo. Ayuntamiento de Alicante

Por otro lado, respecto a la previsión de abrir un supermercado en las cercanías del barrio, la mayoría de los comerciantes ya conocía la noticia (concretamente, 23 de los 27 comerciantes); de éstos, solo 6 creen que les afectará negativamente su instalación. En cuanto a su actividad económica, tan sólo dos estarían dispuestos a poner en funcionamiento otra diferente a la actual si se abre el supermercado (concretamente, Bernardo Berenguer, de la frutería nº 54, y Ana Bernal de droguería Lareche). Al plantearles la idea de cambiar de actividad comercial se vuelve a identificar la falta de iniciativa y el estancamiento en la visión de los comerciantes; de esta manera se pueden entender respuestas como “sería la pescadilla que se muerde la cola” o “cambiar y poner el qué, si aquí estamos para las faltas”.

Otra cuestión que se planteó se refería a los **planes de futuro** en relación con sus comercios. Entre aquéllos que tienen intención de irse se pueden identificar dos grupos:

- Los que tienen ya seguro que se quieren ir (bien por jubilación, bien por traspaso):
 - Bar Peluso: Leonor Baldo
 - Bar las Pecas: Emilia Sánchez
 - Bar Río bravo: M^a Dolores Pérez
 - Droguería Rafa: Rafaela Parras

- Los que esperaran a la jubilación o un cambio pero aún les quedan unos años:
 - Comestibles Chelo: Consuelo Sánchez
 - Bar Messie: Antonio Izquierdo
 - Persianas y aluminios: José Arjona
 - Secuc, alimentación nº 2: Isabel
 - Congelados: Adela Córcoles

Dentro de este grupo hemos excluido a Emilia, propietaria del Estanco porque, aunque ella va a jubilarse, el negocio pasará a su hija, quien realizaría las reformas.

Como conclusión a este apartado se puede decir que se produce un hecho un poco contradictorio: por una parte hay un discurso muy fatalista sobre la situación, que se refiere más al deterioro del barrio en general que al funcionamiento comercial en particular; por otra parte, según sus planes de futuro, hay 17 propietarios que quieren mantener en funcionamiento su comercio, casi todos ellos situados en la parte baja de la cuesta, que es la que mayor actividad y movimiento presenta y, por lo tanto, está en ventaja comparativa respecto a la parte alta de dicha calle.



Excmo. Ayuntamiento de Alicante

Según las repuestas ofrecidas respecto a las inversiones y reformas, parece claro que la disposición del comerciante a invertir en su negocio no es demasiado favorable y, en el caso de hacerla, parece que la tendencia es a que sea la mínima posible.



▪ **Problemas y Carencias**

La opinión de los comerciantes sobre el barrio sigue diferentes líneas:

Por un lado, existe una gran **nostalgia** por un tiempo pasado en el barrio que fue mucho mejor. Se da en casi todas las entrevistas que el comerciante en algún punto de la charla recuerde como estaba el barrio de una manera nostálgica (hace 7 años más o menos es cuando sitúan la aceleración del deterioro).

Por otra parte, se ha visto claramente la polarización que existe en el barrio entre el “**nosotros**” y “**ellos**”. Aquí entran tanto aspectos socioeconómicos, como raciales. “Nosotros” son los vecinos que viven en barrio desde hace años (tanto gitanos como “payos”) con unas normas de convivencia y unas pautas de relaciones “normales”. Por otro lado, “ellos” se refiere a población con situaciones muy precarias tanto económica como socialmente; las dos pautas de comportamiento provocan que haya un choque en la convivencia. Esto no ha hecho mas que acentuar la idea de los vecinos de que la situación del barrio actualmente es producto de los realojos que el Ayuntamiento ha llevado a cabo. Así, no es extraño que en los discursos obtenidos haya declaraciones del tipo “yo soy racista, hoy por hoy son escoria”.

Existen opiniones también que se ven condicionadas dentro de una estructura jerárquica puramente vertical en las **relaciones entre la administración y los vecinos** del barrio, relacionadas con el sentimiento de impotencia en que se encuentran. Entre los comerciantes reina un sentimiento de **fatalismo y decepción** ante la situación actual del barrio. Junto con el sentimiento fatalista existe también un sentimiento de miedo, ya que muchos de los comerciantes ya han vivido repetidas veces atracos o robos.

De la misma manera que se ha producido una sustitución de la población del barrio, también ha habido una sustitución, aunque no tan notable, en los comercios. Así, en algunos de los discursos de los nuevos comerciantes (como en los de Begoña Morant, de la panadería al final de la cuesta; o Raúl Medina, del locutorio) se desprende una visión mucho más esperanzadora y, aunque no nieguen la precaria situación del barrio, no la consideran tan grave: “se ve mal pero cuando estás dentro no es tan malo el barrio”.



Excmo. Ayuntamiento de Alicante

Con relación a los **cambios** que ha experimentado la **actividad económica** en el barrio, la percepción generalizada del tipo de cambio que se ha producido en el barrio en los últimos 5 – 7 años, es que el cambio ha sido a peor. Así, encontramos que un 92% de los entrevistados cree que la actividad comercial ha experimentado un cambio negativo. Según ellos, la población con cierto nivel adquisitivo se ha ido del barrio y ha sido sustituida por población con ingresos muy inferiores y con pautas de comportamiento que “chocan” con las que hasta el momento se daban en el barrio.

Por otro lado, el 8% restante opina que su situación no ha variado, y que en la actualidad siguen igual que como estaban hace 5 años. Ninguno de ellos, por lo tanto, considera que su situación ha mejorado.

Una vez planteados los cambios que ha tenido la actividad económica en el barrio, se le pidió a los entrevistados que intentaran **identificar los problemas** concretos que tiene el barrio. Uno de los problemas que más se acusa en los discursos de los entrevistados es cómo el barrio se ha ido degradando a medida que ha ido entrando población nueva: el tema de los realojos es un punto en el que han recaído la mayoría de los entrevistados. Primero identifican el deterioro y, luego, ligan a ello la huida de las familias con poder adquisitivo del barrio, la convivencia con los nuevos vecinos y las costumbres que estos últimos han llevado al barrio.

Como comentamos anteriormente, otro de los problemas a los que casi todos los entrevistados hacen referencia es el tema de los **relojos** que el Ayuntamiento realizó hace unos años. Muchos comerciantes consideran éstos como el punto de partida del definitivo deterioro del barrio. Así, se va viendo cómo la mayoría de los entrevistados hablan en un principio de los problemas del barrio (gamberrismo, drogas, robos, etc.), y luego identifican estos problemas como consecuencia de los realojos. Con respecto a esto, hay que decir que suelen tener un discurso apasionado, lo que evidencia que frente al Ayuntamiento guardan una total desconfianza y alejamiento, manteniendo una postura pasiva frente a los problemas que ocurren en su barrio debido precisamente a su fatalismo.

Otro de los problemas que reflejan los entrevistados es el tema de la **venta y el consumo de droga**. Según los entrevistados, es uno de los problemas que más ha degradado el barrio. Aunque en el discurso también reconocen que la gente que vende droga compra en sus comercios igual o incluso más que el resto de vecinos.



Excmo. Ayuntamiento de Alicante

Dentro de las respuestas a los problemas que tiene el comercio del barrio, pocos de los entrevistados han tenido una visión correctamente enfocada: es decir, por lo común, y como ya se ha dicho en el presente informe, no han sabido separar en su discurso los problemas generales que tiene el barrio de las dificultades concretas que pueda tener el sector comercial. No obstante, algunos propietarios han podido identificar como principal problema del deterioro comercial la existencia de grandes superficies que rodean el barrio; son conscientes de que el hecho de tener dos centros comerciales en las pedanías del barrio ha influido en que la gente del mismo se desplace a ellos para realizar sus compras, en detrimento de sus pequeños comercios.

Por último, el tema que actúa como común denominador en todas las respuestas es el tema de la seguridad. Todos los comerciantes se sienten amenazados por los robos, tanto estando el comercio abierto como cerrado. En relación a esto, todas las posibles **soluciones** que aportaron los entrevistados están estrechamente relacionadas con este campo.

El comerciante tipo del barrio no tiende a visualizar ningún problema que surja desde la situación del propio comercio. Por ello, las soluciones que plantean son siempre exteriores y, según los discursos (algunos bastante duros), los problemas se solucionarían si echaran a la gente que llegó en los realojos, si se redujeran los niveles de absentismo escolar y los “chavales” estuvieran en las aulas, quitando la droga de la calle, incluso como dijo un comerciante “si se les enseña a vivir”.

De las soluciones aportadas se puede deducir un cierto aire de fatalismo y resignación frente a los problemas mencionados, junto con una dependencia institucional casi absoluta. Así pues, podemos decir que las soluciones planteadas no han sido muchas y, lo que sí se puede extraer de los discursos, es que vuelven a dejar en evidencia la fatalidad de la situación del barrio y la poca iniciativa de cambio que existe por parte de los comerciantes, ya que siguen esperando que las instituciones actúen para cambiar la situación del barrio, aún teniendo mucho recelo hacia ellas.

A modo de conclusión, se puede afirmar que la opinión actual de los comerciantes sobre la situación del barrio es muy negativa. Suelen identificar las carencias que tiene el barrio de una manera muy superficial, en el sentido de que, en el imaginario del comerciante, los problemas comienzan a partir de los realojos y, consecuentemente, están relacionados con la gente nueva que ha llegado al barrio.

Los cambios percibidos han sido todos de aspecto negativo. Comercialmente su situación ha desmejorado y, según su visión y percepción de los cambios, éstos han sido producidos por las mismas causas que han degradado el barrio en general.



Excmo. Ayuntamiento de Alicante

Es significativo comprobar cómo los problemas identificados y las posibles soluciones siempre parten de la situación del barrio. Es innegable que las condiciones de marginalidad residencial del barrio, los problemas de infraestructuras y la escasez de trabajo que existe influye sobre todos los ámbitos del mismo y, en este caso, también sobre el comercio. Pero lo que es más llamativo es el hecho de que los comerciantes no identifican ningún problema interno al propio comercio, y lo que es más grave, no identifican ninguna solución que salga directamente desde ellos mismos.



4. Valoración

▪ Conclusiones

Para resumir lo aportado hasta ahora podemos decir que el comercio en el 2º Sector de Juan XXIII es:

- Familiar, tanto en organización del comercio como respecto al trato con los clientes.
- Sin ningún tipo de modernidad
- Sin adaptación a nuevas formas de pago
- Con horarios de apertura y cierre poco fiables
- Con escasa oferta de productos, sólo las “faltas de última hora”

El tipo de comerciante de Juan XXIII, es:

- Indistintamente, hombre o mujer
- De una edad media superior a los 45 años
- Con estudios primarios
- Sin formación en su comercio, y sin ninguna intención de formarse.
- No suelen tener relación con las administraciones, nunca han pedido subvenciones ni ayudas, ni siquiera saben si pueden acceder a ellas, por tanto no han tenido relación nunca con la administración en este sentido.
- Viven fuera del barrio
- Tienen poca base asociativa

Su visión del problema es:

- Fatalista
- Resignada
- Toda la problemática según su visión surge de la situación del barrio en general
- Ningún problema surge desde el comercio
- No identifican la raíz del problema del comercio como propia, sino que está en el barrio, por tanto adoptan una posición resignada, en la que la base es la mínima inversión en el comercio
- Entre los comerciantes mantienen relaciones cordiales, sin ningún contacto de tipo comercial, sino más bien personal.



Excmo. Ayuntamiento de Alicante

▪ **Propuestas y Líneas de Actuación**

1. Es necesaria la ayuda de la Administración encaminada al desarrollo de las capacidades y habilidades de la Asociación de Comerciantes del barrio, con el objetivo de lograr su permanente y correcto funcionamiento.
2. Se debe facilitar la información y la creación de canales por medio de los cuales el comerciante pueda, en un momento dado, actuar de manera autosuficiente (preferiblemente por medio de la asociación) en la mejora de su actividad económica sin la ayuda directa de la Administración.
3. Como punto transversal de toda la actuación, es importante tener claro que los comerciantes tienen que ver el cambio como interno, por tanto las posibles ayudas que la Administración pueda ofrecerles deben ir en el sentido de hacer recaer la responsabilidad sobre ellos, a través de los cauces formales existentes para ello.
4. El papel de la Administración siempre ha de ser de mediadora entre los problemas y sus posibles soluciones: debe ser el canal para que el comerciante pueda actuar de la manera que crea conveniente y siempre que las posibilidades lo permitan.



EXCMO. AYUNTAMIENTO DE ALICANTE