

## El comercio más liberal busca adeptos

Barcelona Oberta asume la necesidad de convencer a otros ejes comerciales para abrir más domingos

DANI CORDERO

Barcelona - 4 MAR 2016 - 16:49 CET



La calle Gran de Gràcia, antes de que empezara el periodo oficial de rebajas. /CARLES RIBAS

Al comercio más liberal de Barcelona no le gusta el [plan del Ayuntamiento de permitir abrir cinco domingos entre mayo y octubre](#). Sólo lo considera un mal menor respecto al que regía hasta ahora: diez días entre julio y septiembre. Es más: no le gusta nada y sólo lo aprobó por dos cuestiones. Una, porque el turismo de compras se concentra en aquellos meses y no durante el verano. Y, sobre todo, porque con la nueva propuesta se permite abrir más allá de las seis de la tarde, hora que había puesto como límite el Gobierno de Xavier Trias. Para los tenderos es a partir de esta hora cuando se activan los compradores y las cajas registradoras.

Pero una vez suscrito el acuerdo, que el sector considera de consenso, Barcelona Oberta, máximo representante de los ejes comerciales turísticos, quiere dar un nuevo paso. “Tenemos que convencer a quienes no lo quieren hacer”, ha defendido su presidente, Gabriel Jené, sentado en una mesa con una quincena de directivos y empresarios convencidos de que el buen camino es el de ampliar el abanico de tiendas los domingos. “No sólo tenemos que mirar qué nos puede beneficiar a nosotros, tenemos que demostrar que es bueno para la ciudad”, ha dicho convencido Jené, quien ha puesto el ejemplo de núcleos comerciales más allá de los del centro (Gaixample o los Encants) como los lugares interesados donde “se tiene que abrir el melón”. La capitalidad turística de Barcelona es su principal argumento.

“El comercio tiene que cambiar”, ha dicho Lluís Llanas, presidente de la [Associació de Comerciants Creu Coberta](#), una de las entidades que rompe la negativa generalizada a liberalizar los horarios comerciales existentes entre las organizaciones que no están en el centro de la ciudad. Él es una de las muestras del melón abierto que preconiza Barcelona Oberta y era uno de los invitados al coloquio.

El único que se ha permitido llevar la contraria a la mesa redonda organizada por Barcelona Oberta y Kreab ha sido Joan Carles Calbet, el director general de Comertia, una asociación que muestra la división existente entre empresas a favor y en contra de la liberalización de horarios. “Abrir más días y más horas no quiere decir ampliar la demanda y cuando se abre un día festivo se benefician más unos que otros”, ha dicho antes de conceder que se tiene que buscar “una solución” pero teniendo en cuenta los “efectos colaterales”.

Pere Chias, presidente del [Gremio de Restauración de Barcelona](#), ha dejado claro su posicionamiento: “Yo no estoy por el consenso, estoy por la libertad”, ha dicho este hombre que ha tildado la cuestión de los horarios como una “dictadura municipal”. Javier Cottet, vicepresidente de BarnaCentre, ha ido más allá: no sólo no defienden el comercio turístico, que aporta recursos al Estado del Bienestar, sino que el Gobierno municipal “está a favor del top manta”. “El modelo Barcelona lo marca la demanda y somos un destino turístico”, ha dicho Maria Segarra, de la consultora Comtur. “Quién manda es el cliente”, ha subrayado Anella Alcott, la directora comercial de la marina de lujo One Ocean Port Vell, quejosa porque los propietarios de los *superyates* que atracan en Barcelona no puedan ir de compras el domingo. “Y se pueden llegar a gastar un millón de euros”, ha dicho. Y así

han seguido las declaraciones: “Quién tiene que romper el modelo es el propio sector; tenemos que batir el resistencialismo” (Joan Oliveras, Amics de la Rambla), “no podemos ser cobardes, tenemos que ser valientes” (David Riba, de Apartur) o “la ciudad ha cambiado y el modelo comercial no lo ha hecho” (Anna Gener, de Aguirre Newman).

Gené ha llamado también a ser valiente y sobre todo ha cargado contra aquellos a quienes favorecería más la libre apertura en domingo y que, aun así, \es el gran ausente en el debate” desde una “posición insolidaria y egoísta”. “Sólo quieren aprovecharse de la imagen de ciudad”. ¿Aquiénn se refería? A las grandes cadenas de moda que ocupan los principales bulevares comerciales de Barcelona.

ARCHIVADO EN:

Comercios · Liberalización comercio · Política comercial · Barcelona · Cataluña · Establecimientos comerciales · Ayuntamientos · Comercio · Gobierno municipal · Empresas · Administración local · Política municipal · Economía · España · Administración pública

Y ADEMÁS...



**El freestyler que puso celoso a De Gea: ¿vivo más de la cuenta?**

(AS.COM)



**Tres cosas que ya no podrás facturar en el avión**

(HUFFINGTON POST)



**“Mi hijo nos da casi todo su sueldo porque estamos en paro pero nos trata como basura”**

(CADENA DIAL)



**Cuenta Nómina**

hasta un **5%** TAE el primer año. Y hasta 2% TAE el segundo año. **y sin comisiones.**  
Saldo máximo a remunerar: 5.000€

**bankinter.**  
Decididamente personal.

CONTENIDO PATROCINADO



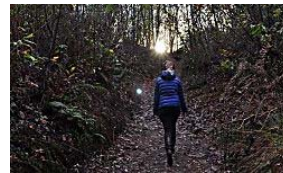
**Casas rurales contra el aburrimiento**

(GUÍA REPSOL)



**Los cinco mejores modelos de autocaravanas del 2015**

(TOPCINCO.ES)



**¿Qué es el mindfulness?**

(DMEDICINA)



**Los 15 peores efectos especiales del cine**

(MEDIATRENDS)

recomendado por

© EDICIONES EL PAÍS S.L.

Contacto | Venta | Publicidad | Aviso legal | Política cookies | Mapa | EL PAÍS en KIOSKOyMÁS | Índice | RSS