

## Cataluña

# El comercio de Barcelona se resiente por la falta de compradores de la ciudad

Necesitan ventas por valor de 3.000 millones para mantener el modelo y proponen una tasa para los repartidores

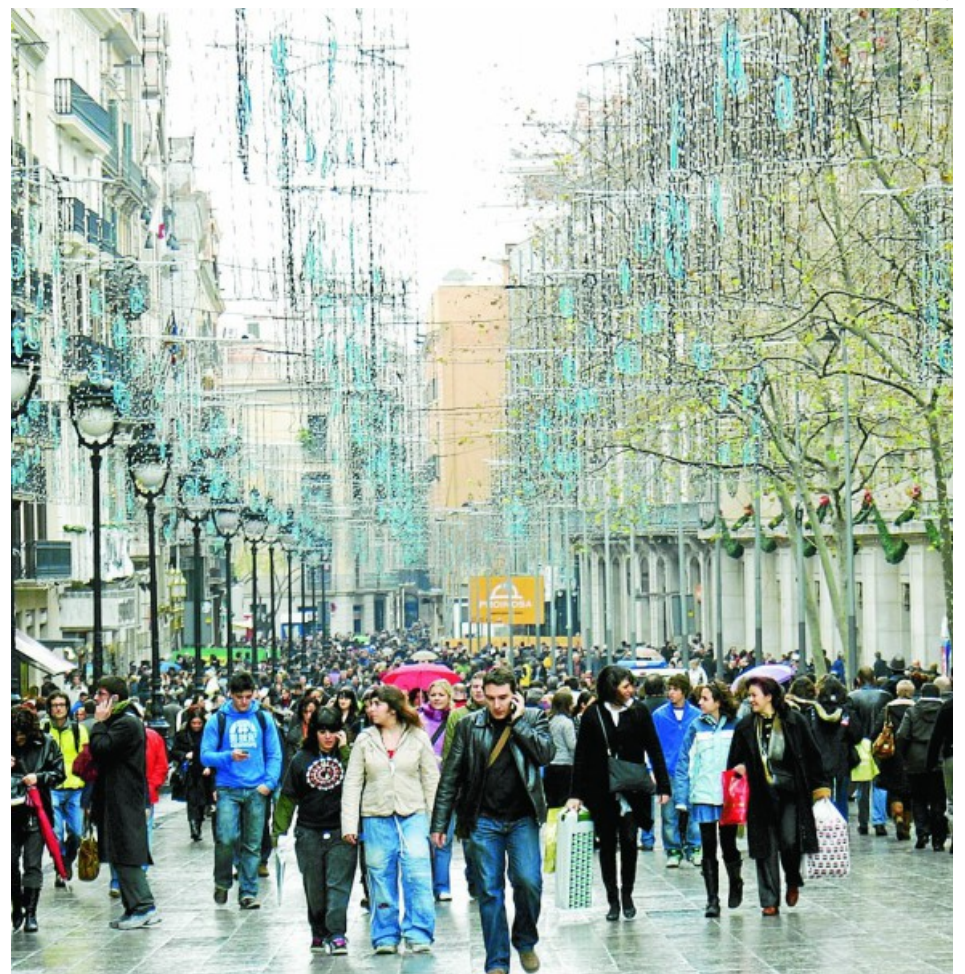
David J. Fernández - Barcelona

El turismo, con sus defensores y detractores, ha supuesto, sin lugar a dudas, un acicate económico para la ciudad. Pero también ha supuesto un cambio de hábitos, como por ejemplo en el comercio. El comprador urbano ha sido sustituido por el turista. Y si a eso se le suma el auge de las compras por internet, la ecuación arroja un resultado sorprendente: faltan compradores por valor de 3.000 millones para sostener el actual modelo comercial. Así se desprende del estudio presentado ayer por Barcelona Oberta, asociación que engloba a los 18 ejes comerciales de la ciudad, que alerta de la necesidad de atraer compradores no residentes si quieren mantener abiertos los negocios. Para ello, una de las propuestas pasaría por revertir las políticas anticooche e incluso crear una tasa para los repartidores.

Según el informe, elaborado por RBD Consulting Group, durante los últimos cinco años, las visitas de barceloneses al centro han disminuido cerca de un 9%. Uno de los problemas, según indica el estudio, es la progresiva limitación para acceder en coche a las zonas más comerciales de la ciudad a causa de las políticas restrictivas del Ayuntamiento. Otro es que los barceloneses cada vez compran más por internet:

un 80% de la población ha hecho alguna compra en línea el último año y el comercio en internet se traduce en 470 millones de euros por parte de los residentes de Barcelona y en 640 millones teniendo en cuenta el área metropolitana. Todo ello está provocando, aseguraron ayer, una cierta fragilidad en el sector. Según los datos, un 15% de las tiendas de Barcelona deberían cerrar si la facturación cayera más de un 20%.

Desde Barcelona Oberta creen que la solución es múltiple pero que, en todo caso, pasa por poner las cosas «fáciles» a los clientes que quieren comprar en los ejes y comercios de la ciudad. Por un lado, atraer clientes nuevos, es decir, compradores que no residen en la ciudad, ya sean del área metropolitana, turistas o del ámbito de los negocios. Por otro, facilitar la movilidad tanto en transporte público como en transporte privado en el centro de la ciudad. «Tenemos que garantizar el acceso al centro de la ciudad. Tenemos una de las mejores infraestructuras de aparcamiento de Europa», aseguró el presidente de la asociación, Gabriel Jené, crítico con la proliferación de carriles bici y la implantación de las supermanzanas. El sector también defiende más libertad de horarios comerciales ya que, según el estudio, un 63% de los comerciantes cree que



ARCHIVO

**Apenas el 34 por ciento de los comercios de Barcelona vende por internet sus productos**

deberían poder decidir si quieren abrir o no su negocio los domingos; y el 28 % del comercio, además, afirma que permitiría incrementar sus plantillas en una media de 1,5 personas, lo que generaría unos 3.300 nuevos puestos de trabajo

El otro gran reto de futuro del comercio de la ciudad es la transformación digital. Un 70% de los comerciantes creen que la venta en línea es una oportunidad para sus negocios pero, en cambio, sólo el 34% de los comercios venden por internet. En este sentido, desde Barcelona Oberta apuestan por promover el Click & Collect, es decir, que los clientes puedan hacer los pedidos a través de internet y luego recoger los

productos en la tienda o en puntos de conveniencia. Jené fue más allá y propuso la creación de una tasa «que repercutiría en el precio final del producto». El estudio señala que más del 8 por ciento de las compras se acaban devolviendo total o parcialmente y que muchas entregas requieren una segunda visita por ausencia del comprador. Esto supone, según el informe, unos 4 millones de desplazamientos anuales que se podrían evitar con la consiguiente ventaja mediambiental.

En ordenación, la asociación ha señalado como elemento clave la implementación de los BID's «para conseguir el equilibrio de formatos y de usos comerciales».

## Datos

**25%** incremento del coste del alquiler en los locales del centro de Barcelona

**8,7%** caída de las visitas de los barceloneses al centro de la ciudad

L.R. - Barcelona

La Generalitat tiene previsto crear un nuevo impuesto, un canon que grabará el rendimiento económico de las concesiones que ocupan «permanentemente» el dominio público marítimo-terrestre. Es decir, por ejemplo, los restaurantes situados en la costa.

Así lo anunció ayer, en la rueda de prensa posterior al Consejo de gobierno, el consejero de Territorio y Sostenibilidad, Damià Calvet. La creación del canon se enmarca dentro del anteproyecto de



Damià Calvet

EFE

## El Govern quiere aprobar un nuevo impuesto para los chiringuitos de la playa

ley de ordenación del litoral, aprobado el Govern, que Calvet calificó de «paso adelante en la ordenación del litoral». El consejero explicó que el gobierno quiere desarrollar la competencia exclusiva de la Generalitat en este ámbito «para gestionar nues-

tro litoral de manera integral».

Con la nueva ley se quiere hacer una gestión integrada de los 714,4 kilómetros de franja costera, más de un tercio de la cual está ocupada por playas urbanas y naturales. Por ello, las dos nuevas herramientas de ordenación y

gestión de la costa, el plan de ordenación y los planes de usos, estarán basados en el Catálogo de clasificación de tramos de playas que ha elaborado el Departamento de Territorio y Sostenibilidad.

El conseller recordó la multiplicidad de administraciones que actúan sobre la costa, que puede complicar su gestión, y explicó que la nueva ley reserva a la Generalitat el papel de «administración de referencia» en este ámbito, pero «dota de más competencias a los ayuntamientos y simplifica los procedimientos».