

# La ciudad pierde valor turístico por no tener horario comercial libre

► **Exceltur** califica a Sevilla como la quinta capital de España por este concepto

M. D. ALVARADO / S. BENOT  
SEVILLA

Una de los principales barómetros turísticos, el realizado por la asociación empresarial **Exceltur**, considera que la libertad de apertura comercial es un plus en los destinos turísticos urbanos. Y Sevilla se encuentra en el quinto lugar entre las 20 ciudades españolas que son destino de visitantes. Por delante están Madrid —que tiene libertad de horarios comerciales— Barcelona, Valencia y Granada, todas ciudades mejor valoradas por lo que se denomina genéricamente «capacidad de atracción de la oferta de productos de ocio» que es uno de los indicadores de este barómetro y que también incluye el posicionamiento comercial en los turistas de alto gasto.

**Exceltur** es una asociación que engloba a los 24 grupos empresariales turísticos más importantes del país y este barómetro anual se utiliza como referente para el sector turístico y para las grandes compañías y empresas que gestionan los paquetes turísticos.

A pesar de este informe, las discrepancias en torno a la ampliación de la zona de gran afluencia turística de Se-



La calle Tetuán es una de las principales calles comerciales FOTOS: RAÚL DOBLADO

villa no aventuran un final feliz para la propuesta de los comerciantes en la reunión que tendrá lugar hoy del Consejo Andaluz de Comercio. Ayer el grupo socialista en el Ayuntamiento, a través de la concejal Susana López, re-

chazaba la propuesta de ampliar esa zona porque ni partía del consenso de las partes implicadas ni venía respaldada con informes que avalen sus efectos sobre el conjunto de la ciudad. La oposición de los socialistas se suma a

la de los sindicatos. Si el martes desde UGT se señalaba a ABC su oposición a un proyecto que consideran sigue un modelo que va contra los derechos de los trabajadores y precariza el empleo, ayer fue CC.OO. quien rechazó de plano la propuesta. El secretario de la Federación Andaluza de Comercio y Turismo, Gonzalo Fuentes, insistió que el 97% del comercio de Sevilla puede abrir los 365 días al año si quisiera, pues no supera los 300 metros cuadrados de superficie, por lo que la iniciativa responde sólo a los intereses de una parte de Aprocom (federación de asociaciones de pequeños y medianos comerciantes) que el único objetivo que tiene es que se incluya la Plaza del Duque y con ello El Corte Inglés. CC.OO. considera que esa medida no repercutirá positivamente en el pequeño comercio y, sobre todo, no beneficia a los trabajadores. En ese sentido, Fuentes, que recordó que el 95% del empleo lo genera el pequeño y mediano comercio, explicó que la apertura de más festivos o la ampliación del horario comercial se está demostrando que no genera de empleo sino que empeora las condiciones laborales, y generaría un trasvase del consumo a las grandes superficies.

El secretario de la Federación de Comercio de CC.OO. Andalucía abogó por proteger al comercio de proximidad con medidas como acceso al crédito y otros incentivos pero no la apertura en festivo. Por ello llamó la atención sobre el hecho de que, frente a lo que ocurre en otras provincias, donde la Ceca, organización que agrupa a los pequeños y medianos comercios, se opone a la liberalización de horarios, Aprocom la apoye aquí y «en lugar de defender los intereses del pequeño y