

## Entrevista Luis Sans, propietario de Santa Eulàlia



### “Frenar la apertura de hoteles no es la solución”

El dueño de la tienda de moda Santa Eulàlia, Luis Sans, confía en que la entrada del PSC en el gobierno municipal de Barcelona reactive el apoyo a las empresas. A su juicio, en la ciudad “no sobran turistas y frenar la apertura de hoteles no es la solución”. Para Sans, el equipo de Ada Colau está más preocupado en repartir riqueza que en crearla. **P8**

# “Colau no deja participar a los empresarios”

**LUIS SANS Comerciante** / El propietario de Santa Eulàlia considera que Barcelona está más preocupada en redistribuir la riqueza que en generarla y confía en la entrada del PSC en el Ayuntamiento para que se reactive el apoyo a las empresas.

Marisa Anglés, Barcelona

Luis Sans (Barcelona, 1965) forma parte de la cuarta generación de la familia propietaria de la sastrería Santa Eulàlia, ubicada en el Passeig de Gràcia de Barcelona. Además de confeccionar los trajes de la sociedad civil barcelonesa desde hace casi 175 años, el establecimiento se ha convertido en la tienda multimarca de moda de alta gama de referencia de la capital catalana. Gracias a su mujer, Sandra Domínguez, Santa Eulàlia también es un referente en moda femenina, lo que impulsó su facturación hasta los 17,5 millones de euros en 2015, un 11% más que el año anterior. Luis Sans confía en que al menos uno de sus trillizos, que ahora tienen 12 años, continúe la tradición familiar. Además de su negocio, el empresario ha estado siempre muy implicado en la proyección de Barcelona y en el debate sobre cuál es el futuro de la ciudad. Es miembro de la asociación comercial Barcelona Oberta.

— **Los comerciantes siempre tienen el mejor termómetro de la evolución económica. ¿Cómo van las ventas?**

El consumo interno no acaba de arrancar. Por el momento, 2016 está siendo más flojo que 2015. Nuestro cliente no tiene dificultad para comprar nuestras prendas, pero la volatilidad en la Bolsa le está afectando mucho y no ayuda a que esté alegre y con ganas de gastar. Creo que la incertidumbre política tampoco está ayudando.

— **¿Sólo afecta al cliente español?**

En general, el europeo también ha desacelerado un poco el gasto. Cada país lo atribuye a unas razones distintas, pero lo cierto es que se ha moderado el ritmo de crecimiento.

— **¿Y los chinos?**

Está creciendo el volumen de turistas procedentes de China, pero el gasto no se incrementa. Para las marcas de lujo, el consumidor chino re-

“El consumo no acaba de arrancar por la volatilidad de la Bolsa y la incertidumbre política”



Luis Sans, propietario de la tienda Santa Eulàlia y miembro de la cuarta generación de esta empresa familiar. / Elena Ramón

presenta entre un 25% y un 40% de sus ventas (sumando lo que venden en China con lo que se vende a turistas chinos en el resto del mundo). En Santa Eulàlia, este porcentaje es más bajo porque un 65% de nuestro cliente es nacional, pero también hemos notado un estancamiento. En general, la industria del lujo está a verlas venir.

— **En el resto de tiendas del Passeig de Gràcia el porcentaje de ventas a extranjeros es más elevado, ¿no?**

Sí, en las tiendas monomarca de lujo, el cliente internacional supone más de un 70%.

— **¿Qué hace que Santa Eulàlia sea diferente?**

Somos mejores fidelizando al cliente porque la clientela de aquí se habitúa a que siempre les atiendan los mismos dependientes. Tenemos muy poca rotación.

— **¿Cómo lo consiguen?**

Pagando sueldos por encima de la competencia. En esto no hay secretos.

— **¿Cómo les afecta que una marca que sólo vendían en Santa Eulàlia, abra tienda propia en el paseo?**

Por supuesto, que haya más competencia nunca es una buena noticia. La apertura de Céline, por ejemplo, nos obliga a reducir el pedido de esta marca para la siguiente temporada y a comprar otras en-



“El Ayuntamiento de Barcelona tiene un recelo enorme al sector privado, al que ha convertido en sospechoso de todos los males”



“No sobran turistas y frenar la apertura de hoteles no es la solución; no se están gestionando bien los flujos de gente ni las viviendas turísticas”

— **Como ciudadano de Barcelona, ¿opina que sobran turistas en la ciudad?**

No sobran turistas. Es cierto que se han producido tensiones, pero se está desenfocando el problema, centrándolo en los hoteles. No se están gestionando bien ni los flujos de gente ni la convivencia entre la vivienda de uso turístico y la residencial. La so-

lución debería pasar por regular algunos puntos conflictivos, como el Park Güell y la Sagrada Família. Y por supuesto, las viviendas de uso turístico, que se nos han ido de las manos. El plan para permitir nuevos hoteles sólo en la periferia es absurdo, porque eso sólo lleva a establecimientos de una y dos estrellas, que son los que generan menos puestos de trabajo.

— **¿A qué nos conducirá esa medida?**

A frenar el empleo. Barcelona tiene una tasa de paro del 11%, frente al 20% de España. ¡Cuidado con coger atajos para atajar los problemas!

— **¿Se ha sentado a hablar con Ada Colau?**

Sí. Y me preocupa que sus prejuicios ideológicos le estén impidiendo realizar una buena gestión de la ciudad

— **¿Por ejemplo?**

No querer promocionar el turismo médico, cuando la colaboración público-privada es la que ha permitido los grandes avances. Y, por supuesto, la que atrae a los turistas que generan un mayor gasto. No calibran estas cosas porque tienen complejos ideológicos. Sólo piensan en redistribuir la riqueza, pero no en fomentar su creación.

— **¿Cambiará algo con la entrada del PSC?**

Confío mucho en Jaume

“No se puede cambiar la política comercial cada año”

Sans reconoce que la apertura comercial de algunos domingos en Barcelona no ha funcionado como se esperaba.

“Es imposible que dé los resultados esperados si se cambia el horario y el calendario cada año”, argumenta. El dueño de Santa Eulàlia propondría “que los comercios de las zonas turísticas pudieran abrir todos los domingos desde Semana Santa a octubre, y no sólo hasta las dos o las seis de la tarde”. Opina que “los centros comerciales no deberían abrir, porque eso sólo acentúa más las diferencias entre los grandes y los pequeños”.

Collboni porque es heredero de la política de Pasqual Maragall, basada no tanto en subvencionar como en mejorar las posibilidades de los barrios más necesitados. Esto Maragall lo hizo muy bien.

— **¿Qué más deberían fomentar?**

Que Barcelona vuelva a luchar por atraer inversiones, talento internacional, proyectos... porque actualmente no veo a nadie en el Ayuntamiento de Barcelona con la antena puesta en atraerlos, como pasó con el Four Seasons.

— **Se dejó escapar esa oportunidad...**

¿Y ha habido alguien desde el Ayuntamiento que les haya llamado para encontrarles otro sitio? ¡No! Porque no entienden los motivos por los que Barcelona necesita tener un Four Seasons. Nadie dijo: ¿y si les vamos a buscar?

— **¿Qué otras cosas deberían mejorar?**

La comunicación con el sector económico. No dejan participar a los empresarios. Por ejemplo, los comerciantes pagamos el 50% de la iluminación de Navidad y ni siquiera nos consultaron qué día debía ser el encendido. Tienen un recelo enorme al sector privado, al que ha convertido en sospechoso de todos los males.