

Empresarios del casco antiguo de Cádiz impulsan la creación de una mesa de trabajo

Solicitan reunirse con el Ayuntamiento y la Junta para coordinar la elaboración de un **Libro Blanco del Turismo** que concrete una estrategia para el sector

MERCEDES MORALES CÁDIZ

Los empresarios implicados directamente en el turismo de Cádiz, con el apoyo de los comerciantes del centro, han recogido el guante que ayer lanzó la alcaldesa, Teófila Martínez, cuando se mostró dispuesta a colaborar en una mesa de trabajo para mejorar el sector turístico de la ciudad. Ayer mismo, la Asociación de Empresas Turísticas de Cádiz, AETC, -en la que se encuentran representados el segmento hotelero, el patrimonial e histórico y el de servicios turísticos-, envió solicitudes por escrito para convocar en breve reuniones con el Ayuntamiento y la Junta con el objetivo de crear este grupo de trabajo. El fin último es diseñar un modelo por el que se rijan las actuaciones que se lleven a cabo en la ciudad. «Hemos detectado que cada empresario, cada administración, tiene su propia opinión de las carencias o de los puntos que hay que mejorar y pretendemos ponerlos en común para comenzar a superarlos», explicó Belén González Dorao, secretaria de la asociación y empresaria de Torre Tavira.

Los diferentes agentes sociales se mostraron de acuerdo en la necesidad de crear un foro en el que se unifiquen criterios. Este fue el caso del presidente de la Confederación de Empresarios de Cádiz, Miguel González Saucedo, quien dejó claro que la patronal lleva tiempo pidiendo una planificación, «pero chocamos con las diferentes administraciones». Por su parte, el presidente de la Cámara de Comercio, Ángel Juan Pascual, quiso dejar clara su disposición al trabajo y al diálogo.

La pelota quedó así en tejado público. Una vez que Ayuntamiento y Junta han hecho el gesto de tender la mano falta por saber si habrá reunión en breve, tal y como piden los empresarios más afectados por el turismo en Cádiz.

Entre ellos, Teresa Reyes, vice-



CENTRO. Empresarios del casco antiguo de Cádiz piden una estrategia para el turismo. / A. VÁZQUEZ

Empresarios turísticos piden el esfuerzo de todos para mejorar

presidenta de estos empresarios gaditanos y empresaria de Hotel Argantonio, además de comerciante y hostelera, explicó que el primer paso será el desarrollo del Libro Blanco del turismo en la ciudad, en el que se detallan las necesidades y los objetivos de Cádiz. «Nos gustaría que todos los segmentos, asociaciones y administraciones formaran parte de esta iniciativa. No queremos que nadie se quede fuera, por eso no nos hemos adscrito a ninguna otra asociación, para que no nos encasillen

Otros agentes sociales esperan que se les cite para la mesa de trabajo

en ningún sitio». Respecto a este asunto, el presidente de la Asociación de Jóvenes Empresarios (AJE), Andrés Santos, manifestó que le parece un error que no se incluya en la Confederación de Empresarios de Cádiz, «cualquier asociación que no esté dentro de la CEC no aglutina, sino que divide». A pesar de esto, se mostró conforme con todo aquello que signifique aunar esfuerzos. La Asociación de Empresas Turísticas tiene ya muchas ideas para incluir en la lista de demandas, como unos folle-

El modelo de Barcelona es el aconsejado por expertos del sector

tos actualizados para las navieras que llegan a Cádiz, «y es que no puede ser que aparezca la ciudad como el puerto de Sevilla», apuntó el gerente de Monumentos Alavista, Germán Garbarino.

«El modelo que se persigue en Cádiz sería similar al de otras ciudades, como Barcelona, en el que administraciones y empresarios trabajan conjuntamente», aconsejó el presidente de la asociación nacional por la calidad turística, Excoetur, José M. Rossell.

mmorales@lavozdigital.es

JOSÉ M. ROSELL
PTE. EXCOETUR

«Turisme
Barcelona es
un ejemplo»

M. MORALES CÁDIZ

Excoetur es una asociación sin ánimo de lucro que persigue la calidad turística, en la que se encuentran 25 grandes empresas del sector, como Iberia, Hoteles Hesperia, NH Hoteles. Su presidente, José M. Rossell, conoce el mercado andaluz y analiza el caso de Cádiz desde el prisma de un experto.

—¿Cree necesaria una estrategia para coordinar las actuaciones en materia turística?

—Sin lugar a dudas. Es preciso que exista coordinación entre los distintos estamentos públicos y privados, si no se debilitan los esfuerzos.

—¿Considera eficaz la convocatoria de una mesa de trabajo para definir un modelo?

—Los foros de debate son siempre enriquecedores, lo que es difícil suele ser ponerlas en práctica.

—¿Cómo vendería usted Cádiz como destino turístico?

—Hay que dar más a conocer lo que ya ofrece, tanto a nivel andaluz como nacional, y se debería crear un icono que sea el motivo que ponga a la ciudad de moda, como ha ocurrido con Bilbao o Valencia, entre otras ciudades.

—¿Cómo arreglaría el desencuentro que hay en Cádiz, donde cada institución y cada agente va por un lado?

—Hay que crear un modelo como el que tiene Turisme Barcelona, donde los empresarios son los responsables de la promoción, con un gerente profesional, y donde las instituciones colaboran y están representados en los órganos de control. No olvidemos que la unión hace la fuerza.