



Aureliano Martín, Juan Manuel Doncel y Eulogio Córdón, ayer en la sede de Servicios Turísticos.

Más de 6.300 extranjeros piden información

De los más de 17.600 turistas que pasaron durante el pasado año por los puntos de información habilitados por la Ciudad, unos 6.300 eran extranjeros y, de ellos, en torno al millar marroquíes. Los datos hablan sólo del volumen de visitantes que solicitaron datos —el número de recién llegados sería mayor— pero la procedencia permite a Servicios Turísticos recabar una información valiosa para, a partir de ahí, segmentar en función de los países emisores. La llegada de no nacionales se ha multiplicado en apenas cinco años: de los 12.300 de 2008 se pasó en 2013 a contabilizar casi 25.800, según los datos ofrecidos ayer por la UGR. "Y dudo mucho que vengán todos de la Península", ironizó Eulogio Córdón.

Las encuestas serán elaboradas por becarios que dominen el francés y el dariya. En grupos de dos, se encargarán de recabar la información en la propia ciudad, en hoteles o establecimientos comerciales cuando los turistas hayan llegado ya a Ceuta, pero también en el norte de Marruecos, el gran punto de emisión de visitantes. A todos se les presentará una batería de preguntas a partir de cinco variables desglosadas a su vez en cuatro subapartados, lo que arroja hasta 1.200 combinaciones posibles, con un grado de precisión considerable. Un estudio "ambicioso", según sus responsables, que debería entregar una información "con un alto nivel de fiabilidad" que se convierta en "herramienta para autoridades y empresas".

El perfil del turista y sus preferencias cubrirán así el vacío que los impulsores del proyecto intuyen que existe en torno a un sector pujante y que por el incremento constante de su poder adquisitivo está llamado a erigirse en la principal fuente de ingresos para sector turístico local. También contribuirá a potenciar la imagen de la ciudad como destino, que según el diagnóstico que trazó ayer Córdón está aún muy lejos del prestigio de la *marca España* aunque debe aspirar a ella.

La última iniciativa de un programa que arrancó hace un año

A. G. CEUTA

Servicios Turísticos se marcha ya casi un año *mimar* turista marroquí, consciente de que buena parte del futuro del sector local pasa por la llegada de visitantes del otro lado de la frontera y de Andalucía los dos polos más cercanos a emisión. En los últimos meses, como destacó ayer Doncel, se ha puesto especial hincapié, por ejemplo, en la formación del personal de información, que ha recibido noticias de dariya en una vuelta de tuerca más al "servicio de calidad que la Ciudad pretende ofrecer". Otro eje del proyecto de información de la *marca Ceuta* se materializó en la firma de un convenio con el Centro Comerc

La formación del personal y la promoción en puntos claves, entre los ejes

Abierto (CCA) para potenciar la llegada de turistas. La información recabada a partir de 1.200 encuestas permite ahora al departamento que dirige Doncel ajustar con más precisión los servicios que requieren los marroquíes que se acercan hasta los comercios locales. El tercer vértice de ese particular triángulo se sustenta sobre un contrato de promoción que aporta la imagen de Ceuta con destino en Andalucía y el norte de Marruecos, y dentro de primera en Málaga y Cádiz procedencia mayoritaria de turistas de la comunidad.

El futuro informe que redacte la UGR completa el paquete de medidas para, como defendió ayer Doncel, "segmentar aún más, potenciar la marca y diseñar políticas efectivas".

La UGR sondeará a partir de encuestas las preferencias de los turistas marroquíes

● El documento final, financiado por la Ciudad, permitirá adaptar la oferta local a esas demandas

8.000 euros. El resultado, según avanzaron ayer Eulogio Córdón, profesor del Departamento de Organización de Empresas de la UGR y director del proyecto; y Aureliano Martín, profesor asociado a la UGR y director del Máster en Dirección y Administración de Empresas Turísticas, aportará claves que podrán ser utilizadas al menos durante los próximos cinco años, aunque el objetivo es lograr una actualización a largo plazo de los datos.

La idea no es nueva —la Confederación de Empresarios y la Cámara de Comercio ya trazaron sus propias conclusiones— pero la UGR intentará ensanchar la base del estudio yendo más allá del impacto del visitante, y de su cartera, sobre el comercio minorista. La meta es detectar, a través de un estudio de campo basado en técnicas estadísticas, "qué necesita el turista marro-

José Manuel Doncel
Gerente de Servicios Turísticos

Se trata de perseguir un servicio de calidad y de excelencia que potencie la 'marca Ceuta'

quí, qué precisa cuando llega a Ceuta, qué echa en falta y cuáles son sus preferencias". Con esos datos en la mano, la Ciudad podrá entonces amoldar la oferta local en todas sus vertientes —de ocio, comercial, hotelera...— a las demandas del recién llegado. "Se trata de perseguir un servicio de calidad y de excelencia que potencie la *marca Ceuta* pero fidelizando al turista", coincidió ayer Juan Manuel Doncel, director gerente de Servicios Turísticos.

A. González CEUTA

La Universidad de Granada intentará diagnosticar durante los próximos seis meses las preferencias y necesidades de los turistas que llegan a Ceuta desde el norte de Marruecos, el nuevo filón para un sector que pretende convertirse en motor de la economía local. Lo hará a partir de 500 encuestas y gracias al convenio suscrito con la Ciudad, que financiará el estudio con unos

PERMISO C

POR SÓLO
555€

ADemás LOS PERMISOS: AM, A1, A2, A, B, BTP
¡¡AL MEJOR PRECIO!!

INFÓRMATE EN... AUTOESCUELAS

AUTO-ESCUELA AFRICA

PASAJE MINA.2 - 956 757 377

AUTOESCUELA Puley2

AV. HOSPITAL MILITAR - 956 509 649

BELEN

C/PEPE RENIGIO - 956 757 661