

➤ El presidente de la Cámara de Comercio, Miguel Martínez, y el de la Federación de Pequeño Comercio de Cartagena, Antonio Sánchez Arenas, consideran que la Semana Santa es, tras la Navidad, el periodo que concentra más actividad económica en menos tiempo. «Es cierto que beneficia sobre todo a ciertos sectores. Para un bar, un restaurante y otros negocios ligados al turismo equivale a varios meses», explica Martínez. Sánchez Arenas reconoce que también las tiendas salen ganando. «Incluso en establecimientos poco relacionados con el turismo, el movimiento de personas hace subir las compras», reconoce.

Por desgracia, la impresión subjetiva de cada sector no tiene el respaldo de ningún estudio serio. «En otras ciudades sí los han hecho, como en Córdoba o Sevilla», explica José Horacio García. «Y han evaluado el impacto económico, que en esas ciudades supone más del 1% del PIB local. No digo que lleguemos a tanto, pero debemos aspirar a un 0,5%», añade.

Para Antonio García esas cuentas no salen por ahora. La Región tiene un Producto Interior Bruto que ronda los 26.000 millones de euros. y Cartagena puede ser el 25%: unos 6.000. «En la productividad de la ciudad destacan la actividad portuaria y la industrial, ésta última menos importante de lo que parece, porque el sector energético no arranca. Pero es el turismo el que crece de manera muy fuerte. Puede suponer un 10 o un 12%. Es ahí donde tiene que entrar la Semana Santa, reforzando el apartado de turismo cultural y patrimonial», opina. Pero para eso, según José Horacio García, «debe haber un liderazgo, un mando que le saque a la Semana Santa todo el valor que puede dar. Porque la materia prima está ahí, por valor artístico y reconocimiento internacional: tenemos la Declaración de Interés Turístico que lo acredita. Falta saber venderla».

El Ayuntamiento y la Junta de Cofradías han tenido en el pasado varios roces cuando se trataba de sacarle rendimiento económico a las fiestas. El más reciente es el de las sillas para ver las procesiones, en el que la pretensión de los cofrades de administrar la concesión chocó con la negativa municipal a dejarla en sus manos. Tras conseguir más dinero del esperado, bajo la batuta municipal, los cofrades quieren más pasos en la misma dirección. «Lo que tiene que hacer el Ayuntamiento es crear una comisión con todos los agentes económicos para promocionar correctamente las fiestas pasionales», indicó el hermano mayor del Resucitado y empresario, Tomás Martínez Pagán. El secretario de la COEC, Juan Carlos García, comparte la idea: «Al Ayuntamiento le pagamos impuestos para eso. Además dirige la política turística. Debe ser el que integre la Semana Santa en su promoción».

Desde el Gobierno local aseguran que hacen todo lo posible. Los últimos ejemplos son las bonificaciones fiscales y las ayudas a fondo perdido a la instalación de negocios. Sin embargo, los sectores consultados indicaron que hace falta un mayor impulso y que, aun así, el resultado tardará varios años en notarse.

Félix Sánchez Fructuoso Hostelero

«El Viernes Santo es el mejor día, pero los marrajos tienen que dejarnos servir»

«Llevo 50 años viendo pasar las procesiones con un delantal y sirviendo mesas», explica Félix Sánchez Fructuoso, responsable del local más tradicional de hostelería y uno de los más concurridos durante la Semana Santa: el Columbus de la calle Mayor. «En los diez días de desfiles doblamos el número de mesas y, consecuentemente, también la plantilla de trabajadores, que pasan de seis a doce o incluso catorce, porque hay muchos clientes de atender», relata. Solo a base de mucho insistir confiesa Félix que espera sacarle «como mínimo 7.000 euros en ventas» a la Sema-



Félix Sánchez. :: ANTONIO GIL / AGM

na Santa. Otras fuentes del sector aseguran que un local tan bien situado puede conseguir mucho más sin despeinarse. Sin embargo, Sánchez Fructuoso advierte de que no todo es tan fácil. «El mejor día es el Viernes Santo. Tenemos ya un 70% de las mesas reservadas. Pero se

man- tiene el problema de que los marrajos se enfadan si servimos mientras pasan. Hace años que respetamos sus deseos. Pero me gustaría hablarlo más despacio para ver si hay otra solución», apunta.

7.000

EUROS PREVE COMO INGRESOS

Gregorio Bautista Vendedor de regalos

«Divido mi clientela entre los turistas y, en estas fechas, los propios cofrades»

CARTAGENA Su negocio Rosa y Gori lleva un mes y seis días abierto. Gregorio Bautista, de 42 años, se quedó en el paro y ha decidido establecerse por su cuenta. Ocupa el lugar de una antigua sombrerería en la calle del Cañón y, además de vender recuerdos de la ciudad, mantiene su muestrario de artículos relacionados con la Semana Santa. «Digamos que mi clientela son fundamentalmente turistas, pero en estas fechas se nutrirá también de los propios cofrades», subraya. Tiene banderas, bufandas y guantes. También varas, cruces y cíngulos para las túnicas. Y expone en los estan-



Un expositor de una tienda de regalos del centro de la ciudad muestra una selección de capirotos de distintas cofradías. :: ANTONIO GIL / AGM

Juan José Quirós Escultor e imaginero

«El arte de tronos e imágenes debe seguir generando actividad»

Como escultor de éxito con quince esculturas diseminadas por calles y plazas de toda la Región, Juan José Quirós reconoce que su trabajo para la Semana Santa representa entre un 15% y un 20% de su actividad anual y de su volumen de ingresos. Pero, más allá del rendimiento que le saca, este cartagenero de Santa Lucía, muestra una gran preocupación por evitar que el arte de los tronos pueda perder importancia. «La Semana Santa se alimenta de eso. El valor de las imágenes estriba en que deben reflejar la fe de la que se nutre toda la fiesta de la Semana de Pasión. Sin



Juan José Quirós, en su taller. :: ANTONIO GIL / AGM

eso, no hay alimento para el alma y consecuentemente, tampoco rendimiento para nadie», advierte. Acaba de concluir un ángel para la Semana Santa de Águilas y recientemente se descubrió un altorre-

12.000

EUROS POR IMAGEN TERMINADA

lieve del que es autor, en la fachada de la iglesia de Santo Domingo. Se considera afortunado de ser uno de los artistas que mantiene la tradición y contribuye con su trabajo a engrandecer las fiestas.

Maribel Pan Bordadora

«Esto no es un negocio. Te tiene que gustar mucho hacerlo»

«Esto no es un negocio. Te tiene que gustar y tiene más compensaciones por el trabajo bien hecho que por el dinero que te pagan», asegura Maribel Pan, de 71 años y que lleva dos décadas en esta labor, mientras sostiene en la mano su última obra, un banderín recién bordado. Acaba de entregar a la Cofradía del Resucitado el nuevo manto de la Virgen del Amor Hermoso. «No voy a decir cuándo dinero ha supuesto. Si puedo decir que un año bueno puede suponer 1.500 o 2.000 euros. Quien crea que es mucho no se hace una idea del trabajo previo. Para hacer palios y mantos, tuvo que encargar