

OFICINA DE INFORMACION DIPLOMATICA

Cuba y el turismo español

LUIS CALLEJON BLANCO

Para que cualquier tipo de negocio triunfe, además de hacer un estudio de marketing y montar un buen sistema de publicidad y ventas, existe algo llamado relación calidad-precio, que hará triunfar o fracasar todos los estudios preliminares que sobre el producto se hayan efectuado.

En turismo, además se produce otro elemento determinante, el *boca a boca*. Si esta última acción es positiva, aunque el plan comercial no sea excepcional, a medio plazo se notará el aumento del negocio.

Si analizamos la trayectoria de los últimos cinco años del turismo en Cuba, y nos concentramos concretamente en la afluencia española hacia la isla Grande del Caribe, nos encontramos con el siguiente fenómeno:

a) Hace cinco años visitaron Cuba 49.800 españoles. b) En 1993 (un año después) nuestros compatriotas fueron 54.100, es decir un aumento de 4.300 turistas españoles sobre el año anterior (8.6%). c) En 1994 las cifras alcanzaron 62.100. d) Ya en 1995 los españoles se pusieron con 88.900 turistas, con un porcentaje de aumento sobre el año anterior del 43%. e) En 1996, año histórico para Cuba por alcanzar el millón de turistas, los españoles contribuyeron con 117.958 de turistas, aumentando una vez más el 32.6%.

f) En el presente año, se prevé que España aumente un 15% y se consolide como uno de los principales clientes de la Isla Grande del Caribe.

Las empresas hoteleras españolas, han ido aterrizando en Cuba, iniciando la experiencia la Cadena Oasis seguida de la Cadena Sol que dio confianza no sólo a los turistas españoles, sino al resto de las cadenas hoteleras españolas como: Guitart, Tryp, Riu, Iberostar, Hoteles C, quedando a las puertas con contratos firmados, Occidental Hoteles y Barceló, ambos haciendo uso de su libertad, cuando salió la famosa ley Helms-Burton se retiraron de la mesa de negociación.

Toda esta progresión no se habría producido si el *boca a boca* hubiese sido negativo y en vez de aumentar la demanda se hubiese estancado o disminuido. Además, no ha disminuido entre otras cosas porque la relación calidad-precio ha sido aceptable y porque el turista se ha sentido seguro y ha encontrado «hospitalidad», pieza maestra del turismo.

Sólo hace cinco años para poder llegar a Cuba había que ir a República Dominicana en DC-10 y desde allí trasladarse a La Habana después de dos horas más de vuelo en los pequeños DC-9. Hoy, con Iberia, se puede ir diariamente y sin escalas Madrid-La Habana, a excepción de los sábados, en confortables DC-10. Aparte, líneas aéreas como Spanair y Air Europa han establecido también vuelos regulares con Varadero y La Habana.

Habrán países turísticos en el mundo con grandes atractivos, pero casi con toda certeza, ninguno cuida tanto la seguridad personal y la hospitalidad como lo hace Cuba con los turistas en general y con los españoles en particular.

Después de la tormenta provocada por el asunto del espa-

ñol Jesús Martín, que tuvo un accidente de circulación en La Habana, cuando por fin la Embajada española en Cuba se enteró de que no estaba en la cárcel sino en casa de una familia amiga y el Consulado depositó la fianza hasta que se celebre el juicio (como en cualquier país del mundo), dándole el permiso de salir de Cuba el pasado jueves día 20 de marzo, el español decide quedarse en La Habana hasta el domingo y pasar el fin de semana con sus amigos cubanos... Como decía aquella máxima comercial, una imagen vale más que mil palabras, aunque éstas estén pronunciadas por un político de prestigio.

Luis Callejón fue presidente de la patronal Zontur. Hoy es presidente de Hoteles C.