
Los taxis de Londres promocionan a Cuba como destino turístico

20/12/2019



Las tentadoras imágenes que cubren los costados de los emblemáticos 'cabs' londinenses muestran a un grupo de jóvenes alegres con un mar azul turquesa de fondo, como parte de la campaña Auténtica Cuba diseñada por el ministerio de Turismo de la isla caribeña y la empresa canadiense Current International para el Reino Unido.

De acuerdo con el director de la Oficina de Turismo de Cuba aquí, Joel Hernández, la promoción abarca también las estaciones de metro y las paradas de ómnibus, y se extenderá hasta marzo de 2020.

El también consejero de Turismo de la embajada del país caribeño en Londres apuntó como dato curioso que los taxistas escogidos para la campaña por la firma británica Ingage Media solicitan información sobre Cuba para poder responder a las preguntas de sus clientes.

En opinión del funcionario, la demanda existente en Reino Unido y el interés por visitar la isla supera la actual capacidad y conectividad aérea entre ambos países.

Ese interés, explicó, se aprecia en los distintos eventos en que participa la Oficina de Turismo de Cuba en Londres, como son las ferias World Travel Market, Destinations Manchester, Destinations London, The Holiday World Show, The Dive Show y The National Wedding Show, entre otras.

También es un tema permanente en nuestras conversaciones con turoperadores y agentes de viajes, así como en la página oficial del ministerio cubano de Turismo, agregó Hernández, tras señalar que la única conexión aérea directa entre Londres y La Habana son los dos vuelos semanales de la aerolínea Virgin Atlantic.

Anunció, no obstante, que el grupo anglo-alemán TUI comenzará a operar un vuelo semanal al balneario de Varadero a partir de abril de 2020.

El mercado británico ha llegado a emitir cerca de 225 mil visitantes anuales a Cuba, pero el potencial supera los 300 mil visitantes, aseveró el funcionario, quien recordó que con la quiebra este año de Thomas Cook y de la agencia The Holiday Place, el destino cubano perdió a sus dos principales socios comerciales en el Reino Unido.

Según Hernández, pese a la adversa situación actual, las autoridades del sector turístico de la isla caribeña intentan recomponer el mercado británico hacia Cuba, y en estos momentos negocian con aerolíneas que desean aprovechar el gran vacío existente y la creciente demanda por visitar Cuba.

No son tiempos para lamentarse, son tiempos para facilitar y hacer posible lo que el cliente británico pide, que es visitar Cuba, remarcó.
