

## TURISMO

# De lo auténtico a la autopromoción

Por SARA SARIOL SOSA  
Foto LUIS CARLOS PALACIOS  
LEYVA

Las instalaciones turísticas granmenses recibieron, en el 2018, a poco más de 361 mil 860 turistas-días, entre nacionales y foráneos, sin embargo, esa cifra equivale a 26 mil vacacionistas menos que en la etapa precedente. La afluencia, con igual comparación, fue de 11 mil extranjeros menos.

¿Qué hacer, definitivamente, con esos comportamientos, que desde algún tiempo se contraponen, por una parte, a las aspiraciones del territorio, y por otra, la fundamental, al atractivo de esos tantos atributos naturales, históricos y culturales de la demarcación?

Con esa preocupación emprendieron los trabajadores del sector el 2019, y un montón de alternativas para conseguir una mayor promoción de la provincia como destino.

## DERROTEROS

Mayda Álvarez García, viceministra del ramo, indagó, recientemente, sobre las ventas online, una variante relativamente virgen aquí, y que podría ayudar a diversificar los mercados emisores e, incluso, para gestionar las cuentas por cobrar.

Algunas diligencias se materializaron el pasado año, por ejemplo, en el complejo Club Amigo Marea del Portillo, principal polo granmense en Pilón, y el cual logró mediante la conectividad en internet, el 15 por ciento de sus ventas.

Adelantar más en esa dirección, implica involucrar en la promoción de las



plantas hoteleras, de sus servicios, atributos y opcionales, no solo a los actores que atienden el área comercial, sino a otros directivos y trabajadores de puestos clave, quienes deben ser identificados como potencial por cada instalación, y luego solicitar su acceso a la red de redes, en opinión de Nancy Estrada Milanés, nueva delegada del Turismo en Granma.

Esa suerte de autopromoción, deberá alcanzar, asimismo, al turismo nacional, segmento que sí creció el pasado año, y reportó, en general, más de 270

mil 790 visitantes a nuestros hoteles, y que puede incrementarse con la promoción de ventas anticipadas, sobre todo, para el verano, y ofertas singulares por días y celebraciones especiales.

## AUTENTICIDAD, LO PRIMORDIAL

Para Domingo Cuza Pedrera, director del Sistema de información turística (Infotur) en la provincia, cualquiera de los citados objetivos a alcanzar, exigen, en primerísimo lugar, de la autenticidad del producto de manera integral, sobre todo de añadir valores al patrimonio, de

presentar servicios, como el gastronómico, con autenticidad.

Si hoy está propuesto el casabe como patrimonio cultural de la humanidad, ejemplificó, por qué no cuenta entre los diversos platos autóctonos y tradicionales en las plantas hoteleras.

Con igual singularidad tienen que concebirse las ofertas extrahoteleras, entre estas las culturales, un esfuerzo en el que deben integrarse diferentes factores en los municipios, porque el turismo se hace de manera colectiva.

Se trata, en definitiva, de seducir, para atraer más turistas de todas partes, al encuentro con un territorio que suma infinitas bondades en su patrimonio histórico y cultural, y que deberá incorporar igual de atractivas propuestas fuera de sus instalaciones turísticas.

A propósito, en el 2018 la provincia concluyó en Bayamo la reparación del hotel Telégrafo y la construcción del restaurante La Filarmónica, y recibió por las costas de Manzanillo, su segunda localidad en importancia, el primer megayate con turooperadores y cruceristas, experiencia, esta última, que pudiera repetirse y que debe ser aprovechada.

En el Turismo, como en todo, no hay una segunda oportunidad para causar una primera buena impresión.

## INDUSTRIA ALIMENTARIA

# Ojo con el control

Por SARA SARIOL SOSA  
Fotos LUIS CARLOS PALACIOS LEYVA

Cuando José Rafael Fontanals Remón habla de la Empresa provincial de la Industria Alimentaria, expresa batalla y optimismo.

Lo ha hecho, incluso, en los últimos meses, a pesar de que la entidad ha atravesado una de las mayores desestabilizaciones con su producto base, la harina, del cual ha recibido solo 70, de las 82 toneladas que demanda, diariamente, para sus elaboraciones.

Por tal razón, el pan, que incluso en tiempos normales nunca ha logrado despojarse de los cuestionamientos por su fluctuante calidad, ha desatado nuevas preocupaciones, no solo por su pésima textura, sino también por las molestas colas que enfrenta la población para adquirir el alimento liberado, destino productivo más afectado.

## -¿Cuándo podrá hablarse de normalización?

-Hemos estado informando al pueblo sobre esa situación, y las alternativas para mantener tanto el pan de la canasta básica, como el compromiso con los principales organismos, Salud, Educación, Comercio y Gastronomía, y otros priorizados, argumentó en reciente entrevista.

“Ya se anuncia una estabilidad, pero téngase en cuenta que el problema surge por dificultades en los molinos de Santiago de Cuba, que nos han obligado a trabajar con una harina sin el reposo necesario, se molina por la mañana, llega por la noche a las unidades e, inmediatamente, comienza la elaboración”.

“Eso incide en la calidad; aun así, seguimos insistiendo en que la calidad depende del cuadro centro, del compromiso de los colectivos laborales, del aprovechamiento de los recursos”.

El director general de la Industria Alimentaria granmense retomó como ejemplos a las panaderías La Defensa y la de la comunidad de Aeropuerto Viejo, en Bayamo, y la 13 de Marzo, de Jiguaní, que también en estos meses de crisis han logrado un producto final mejor que el de otras.



José Rafael Fontanals Remón

Por consiguiente, la entidad reafirma el compromiso de mantener en la mira el control en esa dirección, y otras medidas que la conduzcan a la eficiencia total.

## -¿Qué acciones marcan ese objetivo?

-Llegamos al balance de trabajo del 2018 con indicadores positivos; en las ventas, por citar algunos, completamos 98 millones de pesos, y crecimos en un 3,6 por ciento, con respecto al período anterior.

“Después de cinco años con capital de trabajo negativo, alcanzamos utilidades por encima de 14 millones de pesos, dos millones más que lo planificado, y eso también obedece al trabajo de control interno”.

“La empresa cierra con más de 22 millones de pesos por cobrar al sector del Comercio y de la Gastronomía, 12 millones de estos fuera de término, pero hemos encontrado salida en una estrategia con el Banco”.

Fontanals Remón se refiere a las posibilidades que brinda el factoraje, una transacción de sus cuentas por cobrar a la institución financiera, para poder recibir dinero más rápidamente de lo que lo haría si esperara el demorado pago de sus clientes.

Ese también llamado financiamiento de cuentas por cobrar, y que no siempre las entidades aprovechan, requiere, sin embargo, del control estricto de la producción, de ver la documentación como elemento



fundamental del control, desde el vale de recepción de las materias primas, hasta las ventas.

“Es verdad que el Banco, por ser su función estatal, tiene en esa operación un margen de ganancia, pero es mejor perder un porcentaje del dinero, que lidiar con cuentas negativas”, reconoce.

“Este sistema ha dado una respuesta positiva a la empresa, pero tenemos que resolver las dificultades que persisten en la documentación primaria”.

## -¿Cómo abatir totalmente el desvío?

-Hay, por estos días, un intensivo en la fiscalización y en el enfrentamiento tenaz a quienes, aprovechándose de la adversa cobertura, insisten en lucrar con productos destinados a elaboraciones para el pueblo.

“El problema es complejo, pero sabemos cómo controlarlo, y se solucionará según vayamos ganando en la calidad de los cuadros y de los colectivos, cuando el trabajo sea mucho más eficiente, y también la atención al hombre, el mejoramiento de sus condiciones de trabajo”.

“Resulta elemental lo referente al salario medio, que también va a crecer cuando la harina se estabilice, pues este período nos ha llevado a iniciativas, que ya nos permiten duplicar valores en otras elaboraciones, como las conservas, con igual demanda popular”.