

EXCELENCIAS

No. 224 / 2026
MENSUAL

Turísticas del Caribe & Las Américas

www.revistasexcelencias.com





PUEBLOS MÁGICOS DE GUANAJUATO

*Donde la historia vive y
la tradición se comparte.*



GUANAJUATO
GOBIERNO DE LA GENTE
SECRETARÍA DE TURISMO E IDENTIDAD

México
visitmexico.com

f i d y
guanajuato.mx

En 2026 el turismo que se redefine sin perder el alma

El turismo entra en 2026 en un momento decisivo. No de ruptura, sino de ajuste profundo. Tras años de sobresaltos globales, aceleraciones forzadas y aprendizajes, a veces incómodos, el sector parece haber comprendido algo esencial: crecer ya no es solo llegar a más, sino llegar mejor.

En este nuevo escenario, el Caribe y los países de Iberoamérica ocupan una posición privilegiada. No por moda ni por coyuntura, sino por identidad. Son territorios donde el viaje conserva un sentido cultural, humano y emocional; donde la hospitalidad no es un eslogan, sino una forma de vida; y donde el turismo, bien entendido, puede seguir siendo una palanca real de desarrollo, cohesión social y orgullo local.

Los destinos de la región viven una transformación silenciosa, pero firme. Ya no se trata únicamente de atraer visitantes, sino de definir qué tipo de visitantes se desea recibir. Se habla cada vez más de capacidad de carga, de impacto real en las comunidades, de distribución del beneficio turístico y de respeto al entorno. Se apuesta por experiencias más auténticas, por el turismo cultural, gastronómico, rural y de naturaleza, y por modelos que integran a la población local y generan valor más allá de la temporada alta.

Desde Grupo Excelencias siempre se ha intentado estar en esa vanguardia que no confunde tendencia con ruido. A lo largo de los años, los contenidos han buscado anticipar debates, aportar contexto y dar voz a quienes construyen el turismo desde la responsabilidad y una visión a largo plazo. En 2026, esa mirada se refuerza:

se seguirá apostando por destinos y empresas del sector cuya meta es la excelencia, entendida no como un lujo vacío, sino como calidad, coherencia y compromiso entre todos los actores que conforman la cadena turística.

La inclusión ha dejado de ser un concepto aspiracional para convertirse en un criterio real de planificación. Accesibilidad, diversidad, oportunidades para el talento local y protagonismo de la mujer y de los jóvenes comienzan a formar parte del relato —y de la práctica— de muchos destinos iberoamericanos que entienden que mejorar la calidad del turismo es, en el fondo, mejorar la calidad de vida.

En paralelo, la tecnología avanza, y lo hace a una velocidad que exige prudencia, pero también visión. La inteligencia artificial comienza a desempeñar un papel relevante en la creación de estrategias más inteligentes: análisis de datos, predicción de flujos, optimización de recursos y una comunicación más eficaz. No sustituye la esencia del viaje, pero sí contribuye a gestionarlo mejor.

Desde una mirada responsable, la IA no debe entenderse como una amenaza, sino como una herramienta al servicio de las personas, de los destinos y de una toma de decisiones más informada. El reto estará en no perder el criterio y en recordar que el turismo sigue siendo, ante todo, una relación humana.

2026 se perfila como un año de oportunidad serena. Sin euforias, pero con convicción. Un futuro con luz, construido desde la experiencia, el conocimiento y la voluntad de hacer las cosas mejor. Porque el turismo que perdura es aquel que sabe evolucionar sin renunciar a su alma. ●



José Carlos de Santiago
PRESIDENTE DEL GRUPO EXCELENCIAS

SUMARIO



04 ENTREVISTA
FITUR 2026, la feria que anticipa el futuro del turismo responsable y digital



18 TURISMO DE ACTUALIDAD
España y México, una relación bilateral de grandes oportunidades



28 TURISMO CULTURAL
Explorando México: un viaje a través de su rico patrimonio cultural



12 ENTREVISTA
México avanza hacia un turismo que transforma comunidades



42 DESTINOS EMERGENTES
Destinos emergentes de Iberoamérica que redefinen el mapa del viajero



50 CIUDADES CREATIVAS

Ciudades iberoamericanas que promueven su gastronomía y compartir experiencias



56 CULTURA GASTRONÓMICA

Cultura espresso: alquimia entre arte y café



62 DIARIO DE VIAJE

Descubriendo EL AMAZONAS



66 ORDEN DEL CAMINO DE SANTIAGO

Santiago de Compostela a los ojos de los Reyes Católicos

EXCELENCIAS

Turísticas del Caribe & Las Américas

No. 224 / 2026

EDITOR Y DIRECTOR GENERAL:

José Carlos de Santiago Bartolomé

COORDINADORA DE REDACCIÓN INTERNACIONAL:

Verónica de Santiago Gómez

CORRESPONSAL EN CUBA: Josefina Pichardo

COORDINADORA: Cristina Pérez García

ASESORA EDITORIAL: Consuelo Elípe Ramos

REDACTORA JEFE: Ana M. Gómez

PORTADA: Miguel Cámara

ASISTENTE EDITORIAL: Isel Patricia Morlá Díaz

DIRECCIÓN DE ARTE: Quiriat Jerami Reinoso Ramos

DISEÑO EDITORIAL: Quiriat Jerami Reinoso Ramos

ASESOR DE DISEÑO EDITORIAL: Carlos Javier Mauri Trujillo

HAN COLABORADO EN ESTE NÚMERO: Antonio Montecino, Armando de la Garza, Charo Trabado, Consuelo Elípe, Cristina Ybarra, Enrique Lillo, Enrique Molina, Gabriela Biagio, Gabriela Sánchez, Javier Aguado Alonso, Jordi Tresserras, Jorge Coromina, José Carlos de Santiago, Josefina Pichardo, Juan Pedro Tudela, María Carrasco Lloria, María Valcarce y Francisco Madrid Flores

REPRESENTANTE EN MÉXICO: Armando de la Garza Gaytán y Consuelo Elípe

REPRESENTANTE EN PERÚ: Mariella Stuart Pando

REPRESENTANTE EN URUGUAY: María Shaw

REPRESENTANTE EN ECUADOR: María Belén Tinajero

REPRESENTANTE EN COSTA RICA: María Milagros Arias

SUSCRIPCIONES Y ATENCIÓN AL CLIENTE

España: Tlf.: + 34 91 556 00 40

GRUPO EXCELENCIAS

28020 Madrid C/ Capitán Haya, 16. España

Tlf.: + 34 91 556 00 40

madrid@excelencias.com

REDACCIÓN

redaccion@excelencias.com

COMERCIAL

comunicacion@excelencias.com

DEPÓSITO LEGAL: M -17340- 1997

EDITA: ELA. C/ Capitán Haya, 16, 28020 Madrid (España).

ISSN 1138-1841

FOTOMECÁNICA E IMPRESIÓN:

La Nueva Creaciones Gráficas

TODOS LOS DERECHOS RESERVADOS. LOS CONTENIDOS DE ESTA PUBLICACIÓN NO PODRÁN SER REPRODUCIDOS, DISTRIBUIDOS, NI COMUNICADOS PÚBLICAMENTE EN FORMA ALGUNA SIN LA PREVIA AUTORIZACIÓN POR ESCRITO DE LA SOCIEDAD EDITORA EXCLUSIVAS LATINOAMERICANAS, ELA, S.A. EXCELENCIAS TURÍSTICAS DEL CARIBE ES UNA PUBLICACIÓN PLURAL. LA DIRECCIÓN NO SE HACE RESPONSABLE DE LA OPINIÓN DE SUS COLABORADORES EN LOS TRABAJOS PUBLICADOS, NI SE IDENTIFICA CON LA MISMA.



EXCELENCIAS TURÍSTICAS ES MEDIA SPONSOR DE FERIA INTERNACIONAL DETURISMO, FITUR, MADRID, ESPAÑA • HIP, Horeca Hospitality Expo, Madrid España • Tianguis Turístico de México • CHTA MarketPlace • Tourism Innovation Summit (TIS) • IPW • WTE Miami, Estados Unidos • OTDYKH & Leisure • Feria Internacional de Turismo de Cuba, FITCUBA • Festuris, Gramado, Brasil • Feria Internacional INTUR, Valladolid, España • Feria Internacional de La Habana, FIHAV • WTM Latinamerica • Feria Internacional de Cultura y Turismo, CULTOURFAIR • Feria Internacional MITM Américas • Festival del Habano, La Habana, Cuba • SAHIC • EXPOCARIBE, Santiago de Cuba, Cuba. • ITB, Berlín, Alemania • WTM, Londres, Reino Unido

Kiosco online!

www.revistasexcelencias.com

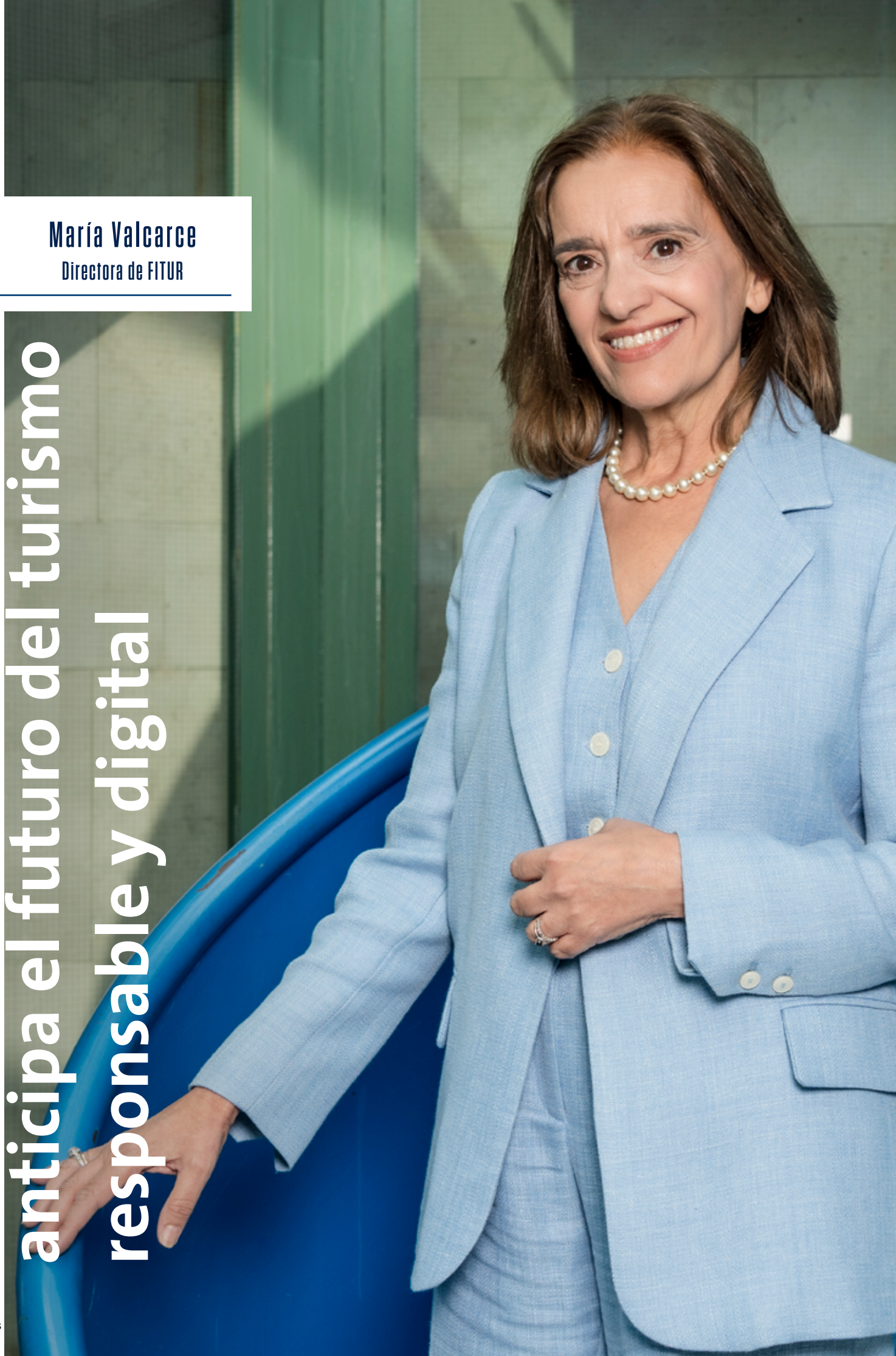


DESCARGA LA APP!



María Valcarce
Directora de FITUR

FITUR 2026, la feria que anticipa el futuro del turismo responsable y digital



FITUR INTEGRA LA SOSTENIBILIDAD COMO PILAR TRANSVERSAL: EFICIENCIA EN RECURSOS, GESTIÓN RESPONSABLE DE DESTINOS, MOVILIDAD SOSTENIBLE Y DESESTACIONALIZACIÓN

TEXTO: REDACCIÓN EXCELENCIAS
FOTOS: CORTESÍA DE LA ENTREVISTADA

FITUR 2026 llega en un momento de consolidación del turismo global. ¿Qué expectativas tiene esta edición en términos de participación, países representados y volumen de negocio?

Las ferias son reflejo de los sectores a los que representan y sirven y, por ello, nuestras expectativas para FITUR 2026 se centran en consolidar nuestro liderazgo como la cita de referencia del mercado global del turismo. FITUR sigue creciendo y renovándose con nuevos expositores y contenidos, ya que queremos continuar siendo un punto de encuentro imprescindible para los profesionales del sector y un espacio que impulse la innovación, la sostenibilidad y las alianzas estratégicas. Es importante afianzar el crecimiento alcanzado mediante la actualización constante, manteniendo la calidad de la oferta expositiva y potenciando la dimensión internacional de la feria.

La sostenibilidad es uno de los ejes fundamentales del turismo actual. ¿Qué novedades

o acciones destacaría FITUR 2026 para impulsar la transición hacia un modelo más responsable y verde?

Hoy ya no se puede hablar de turismo sin hablar de sostenibilidad, de regeneración, de responsabilidad... Este es el gran eje sobre el que se construye el futuro del turismo; forma parte de la esencia y del propósito del sector. Debemos avanzar hacia un modelo que priorice la eficiencia en el uso de recursos, la movilidad sostenible, la gestión responsable de los destinos y la distribución equilibrada de los flujos turísticos. Por ello, la sostenibilidad es el eje vertebrador de FITUR y está en el centro de nuestra programación. Por ejemplo, nuestro Observatorio FITURNEXT —cuyo reto en 2026 gira en torno a cómo el turismo puede contribuir a la gestión eficiente del agua— es una gran plataforma para identificar y promover buenas prácticas. También contamos con secciones que impulsan la desestacionalización de la oferta y la demanda, como FITUR Lingua, Screen o Sports. Además, premiamos la participación responsable de los expositores y, por cuarto año consecutivo, medimos nuestra huella de carbono.

FITUR ha sabido adaptarse a los cambios tecnológicos. ¿Cómo se integra la inteligencia artificial, la analítica de datos o la digitalización en la feria, tanto en la organización como en los contenidos y expositores?

La tecnología no es ya una herramienta complementaria, sino el lenguaje natural del nuevo turismo. En FITUR hemos integrado la IA y la analítica de datos tanto en la gestión de la feria —optimizando procesos, flujos y experiencias de los visitantes— como en los contenidos y espacios expositivos. El nuevo Pabellón del Conocimiento es el mejor ejemplo: allí convergen empresas y proyectos que aplican IA, big data o realidad inmersiva al diseño de destinos inteligentes, la sostenibilidad o la personalización de la experiencia viajera. Nuestro objetivo es que FITUR sea no solo el lugar donde se muestran las últimas innovaciones, sino también donde se comprenden y se aplican para transformar la industria turística global.

El turismo de experiencias y la personalización están transformando la industria. ¿Qué espacios o secciones de FITUR reflejan mejor esta evolución hacia un turismo más emocional y auténtico?

Esa transformación hacia un turismo más experiencial y emocional



FITUR integra la inteligencia artificial, el big data y la digitalización tanto en la organización de la feria como en sus contenidos, destacando el nuevo Pabellón del Conocimiento como espacio donde se presentan y aplican estas innovaciones

está muy presente en FITUR. FITUR LGBT+, que visibiliza un turismo diverso y con un fuerte componente identitario; FITUR Sports, que conecta viaje, bienestar y estilo de vida; y FITUR 4all, que impulsa experiencias inclusivas para todos los perfiles de viajeros. Todas estas secciones comparten una misma filosofía: poner a la persona en el centro y ofrecerle una experiencia a medida, conscientes de que el turismo del futuro será cada vez más humano, más significativo y más transformador.

En los últimos años, FITUR ha ampliado su enfoque hacia distintos segmentos —FITUR Cruises, FITUR Sports, FITUR Techy, FITUR Woman, entre otros—. ¿Qué impacto han tenido estas secciones en la diversificación de la feria?

La diversificación ha sido clave para el crecimiento de FITUR y para reflejar la complejidad real del turismo actual. Cada sección especializada responde a un nicho en expansión y permite atraer nuevos públicos profesionales, inversores y alianzas internacionales. Este enfoque ha impulsado tanto la internacionalización como el volumen de negocio generado en la feria. Pero, sobre todo, ha convertido a FITUR en un auténtico ecosistema del turismo global, donde conviven la innovación, la sostenibilidad, la igualdad y la especialización como motores de competitividad.

Desde su perspectiva, ¿qué retos enfrenta hoy el sector turístico mundial y cómo contribuye FITUR a abordarlos desde su rol de centro de conocimiento y networking?

El turismo mundial se enfrenta a grandes desafíos: avanzar hacia una sostenibilidad real, incorporar la IA y la digitalización de manera inclusiva, atraer y formar talento especializado y gestionar el crecimiento sin perder autenticidad ni equilibrio social y ambiental, son solo algunos de ellos. FITUR contribuye a afrontar estos retos actuando como un centro global de conocimiento y networking, donde actores públicos y privados comparten estrategias, innovación y soluciones. A través del nuevo Pabellón del Conocimiento, pero también de todas nuestras secciones, promovemos la transferencia de ideas y tecnologías que hacen posible un turismo más inteligente, competitivo y responsable. En definitiva, FITUR no solo refleja la evolución del sector, sino que ayuda a anticiparla y orientarla hacia un modelo de crecimiento sostenible y humano. ●



SOCIO FITUR



21-25
Ene
2026
Madrid
ifema.es



**Participa
en la feria que redefine
el futuro del turismo.**

Crea conexiones que te impulsen
a cualquier destino.

FITUR, donde empiezan los viajes.

Adquiere tu pase
con descuento



Línea Aérea Oficial



ONU Turismo
MIEMBRO AFILIADO





El turismo global fija sus ojos en Madrid

TEXTO: MARÍA CARRASCO LLORIA
(Redacción Excelencias)
FOTOS: PIXABAY

No se equivoca quien afirma que Madrid aspira a convertirse en una de las grandes capitales turísticas de Europa. Cada vez más cerca de ese objetivo, la región consolida su posición como uno de los destinos urbanos con mayor actividad turística del continente. Los datos lo avalan: la capital de España es hoy una de las grandes ciudades del mundo, deseada por millones de viajeros y, para muchos, un sueño cum-

plido gracias a una conectividad en constante crecimiento y a una oferta diversa y competitiva.

Durante 2025, la Comunidad de Madrid recibió más de siete millones de turistas, una cifra que confirma la fortaleza del destino y permite recuperar con creces la inversión pública realizada en promoción turística. El resultado se traduce en los mayores valores financieros en materia turística de toda España, situando al sector como uno de los principales motores económicos de la región.

La inversión se ha diversificado hacia distintos ámbitos estratégicos, entre los que destacan la gastronomía, el ocio nocturno, el turismo MICE (reuniones, congresos

y incentivos), el turismo deportivo y, de forma transversal, el turismo de lujo, cada vez más presente en todas las categorías.

Todo este crecimiento se articula bajo el Plan Estratégico de Turismo de la Ciudad de Madrid 2024-2027, que establece una hoja de ruta basada en la sostenibilidad, la diversificación de mercados y la consolidación de Madrid como un destino turístico global, competitivo y de calidad.

EL IMPULSO DEL TURISMO INTERNACIONAL: 2025 CERRÓ CON MÁXIMOS HISTÓRICOS

El turismo internacional ha sido para Madrid un auténtico revulsivo. El Ayuntamiento de la capital cerró el

mes de octubre de 2025 con 15.193 millones de euros de ingresos turísticos acumulados, una cifra récord que supone un incremento del 10,6 % respecto al mismo periodo del año anterior, según datos del Instituto Nacional de Estadística (INE).

Entre enero y noviembre, Madrid superó los 5,5 millones de visitantes internacionales, de un total de 9,2 millones de turistas, lo que representa un crecimiento del 5,1 % respecto a 2024. El gasto medio por turista alcanzó los 1.959 euros, con un gasto diario de 318 euros, cifras que se mantienen estables y refuerzan la percepción de Madrid como una ciudad asequible, segura y con una excelente relación calidad-precio.

MADRID CONSOLIDA SU ASPIRACIÓN DE CONVERTIRSE EN UNA DE LAS PRINCIPALES CAPITALS TURÍSTICAS DE EUROPA, RESPALDADA POR UN CRECIMIENTO SOSTENIDO DE LA ACTIVIDAD TURÍSTICA

Las pernoctaciones también reflejan esta evolución positiva: entre enero y octubre se superaron los 13 millones de noches, con un crecimiento superior al 6 %, consolidando a la capital como un destino en el que el visitante prolonga su estancia.

PROMOCIÓN INTERNACIONAL DE MADRID: UNA ESTRATEGIA SOSTENIDA

Madrid lleva varios años desarrollando una intensa estrategia de promoción turística internacional. Tras el impacto de 2020, en 2021 el Ayuntamiento lanzó el plan de reactivación «Si la vida fuera una ciudad, sería Madrid», una campaña que proyectó la imagen de la capital como un destino abierto, diverso y vibrante, con especial foco en Estados Unidos y Latinoamérica.

Dentro de esta estrategia se impulsaron acciones como «Diez planes para vivir Madrid», un decálogo de experiencias culturales, festivas, deportivas y de naturaleza que devolvió a la ciudad al radar internacional. Desde entonces, el turismo se ha consolidado como el primer foco económico de Madrid, gracias a una política constante de acciones, promociones y propuestas de alto impacto.

En 2025, la promoción exterior continuó con especial protagonismo de «España Única», el evento itinerante de Turespaña, donde Madrid tuvo una participación destacada. La campaña se dirigió especialmente a Iberoamérica, un mercado estratégico por su elevado gasto medio diario, superior a los 400 euros.

La capital reforzó su presencia en Ciudad de México, Lima, Río de Janeiro y São Paulo, poniendo el acento en el turismo de lujo, con participación en ILTM Latin America 2025. Posteriormente, la promo-

ción se amplió a Argentina, Chile y Paraguay.

Los resultados fueron especialmente visibles en Argentina, con un incremento del 29,8 % de viajeros en Madrid, consolidándose como uno de los mercados prioritarios gracias a la conectividad aérea, la seguridad y el patrimonio cultural, ejes centrales de la campaña.

FITUR, ESCAPARATE GLOBAL DEL DESTINO

Madrid acoge cada año FITUR, la Feria Internacional de Turismo, no solo como sede, sino también como protagonista. Ayuntamiento y Comunidad cuentan con espacios propios desde los que muestran el trabajo conjunto del sector público y privado.

En 2025, FITUR generó un impacto económico estimado de 445 millones de euros, con la asistencia de 155.000 profesionales y cerca de 100.000 visitantes de público general. La feria convierte a Madrid en un gran escaparate internacional, con la mirada puesta en la ciudad más allá del recinto de IFEMA.

En los días previos a FITUR 2025, el consejero de Cultura, Turismo y Deporte, Mariano de Paco, anunció el lanzamiento de VisitMadrid.es, una plataforma que centraliza la agenda de eventos turísticos y apuesta por la tecnología y la innovación como herramientas clave del destino.

FACTORES CLAVE QUE HACEN DE MADRID EL DESTINO PERFECTO

Entre los aspectos más valorados por el turista internacional destacan la seguridad, la conectividad, la oferta cultural y la calidad de vida, junto a una gastronomía reconocida, una amplia oferta de alojamientos, el ocio urbano y una vida nocturna activa. A ello se suma la atemporalidad de la visita a

Madrid, que presenta un turismo altamente desestacionalizado y experiencias de calidad durante todo el año.

Madrid figura, además, entre las ciudades más seguras del mundo según rankings internacionales como el World Travel Index, un factor decisivo en la elección del destino.

En el ámbito culinario, la capital concentra un elevado número de restaurantes presentes en guías de prestigio como Michelin y Repsol, y se sitúa entre las 100 mejores ciudades para comer según Taste Atlas.

MADRID, UNA CIUDAD PREMIADA Y RECONOCIDA POR SU CALIDAD TURÍSTICA

Cuando una ciudad se sitúa entre las favoritas del mundo, el reconocimiento llega. En 2025, Madrid fue distinguida como World's Leading Meetings & Conference Destination en los World Travel Awards, un galardón que recibe por séptimo año consecutivo y que refuerza su liderazgo internacional en turismo de negocios.

A ello se suman los Virtuoso Travel Awards, donde Madrid fue reconocida como Most Engaged Partner Continental Europe y Most Engaged Partner Greater China.

Además, el club de producto Madrid Unique Destination recibió un premio especial en los Spain Travel Awards, en reconocimiento a su labor en la promoción del turismo de alto impacto. ●





Guerrero, Hogar del Sol: el renacer de un destino emblemático de México

México continúa consolidándose como uno de los destinos de largo radio más atractivos para el viajero europeo, gracias a su diversidad cultural, riqueza natural y hospitalidad reconocida a nivel mundial. En este escenario, el estado de Guerrero emerge hoy con una narrativa renovada: un territorio que ha sabido transformar los desafíos en oportunidades y que vive un proceso de reposicionamiento turístico integral bajo la marca “Guerrero, Hogar del Sol”.

Históricamente conocido por destinos icónicos como Acapulco, Taxco y Zihuatanejo, Guerrero ha iniciado una nueva etapa que apuesta por la descentralización, la diversificación y la sostenibilidad como ejes rectores de su desarrollo turístico. Esta visión es impulsada por el Gobierno del Estado, encabezado por la Mtra. Evelyn Salgado Pineda, quien ha colocado al turismo como una herramienta clave para el bienestar social, la generación de empleo y la proyección internacional del estado.

“Guerrero vive un momento histórico de transformación turística, con una visión de largo plazo que prioriza a las personas, las comunidades y el desarrollo equilibrado del territorio”, ha señalado la Gobernadora, reafirmando su compromiso con un modelo más inclusivo y competitivo.

DE UN MODELO TRADICIONAL A UNA NUEVA ARQUITECTURA TURÍSTICA

Durante décadas, la promoción turística de Guerrero se concentró en el llamado Triángulo del Sol. Hoy, esta estrategia evoluciona hacia un concepto más amplio e integrador: el Hogar del Sol, que reconoce la vocación turística de las ocho regiones del estado y abre la puerta a nuevas experiencias para el viajero internacional.

Uno de los hitos más relevantes de esta transformación es el reconocimiento oficial de La Unión de Isidoro Montes de Oca como el cuarto destino turístico consolidado del estado, así como el impulso de regiones emergentes que ofrecen au-

tenticidad, gastronomía, naturaleza y contacto directo con las comunidades locales.

ACAPULCO: RESILIENCIA Y RENOVACIÓN

El puerto de Acapulco es, sin duda, uno de los símbolos más claros de esta nueva etapa. Tras los severos impactos de fenómenos naturales recientes, el destino ha avanzado de manera acelerada en su recuperación, superando previsiones que estimaban una reconstrucción de hasta una década.

Hoy, Acapulco cuenta nuevamente con una amplia oferta hotelera, infraestructura renovada, nuevas inversiones y una agenda turística activa. Programas federales de gran alcance, junto con inversiones privadas, han permitido no solo la recuperación, sino la modernización del puerto, devolviéndole su lugar como referente del turismo mexicano.

DIVERSIDAD DE EXPERIENCIAS PARA EL VIAJERO EUROPEO

Guerrero ofrece hoy un abanico de experiencias que responde a las nuevas motivaciones del turista europeo:

- **Ixtapa-Zihuatanejo**, con su apuesta por el turismo sostenible, playas certificadas y naturaleza bien conservada.

- **Taxco**, joya colonial y referente cultural, que ha recuperado su dinamismo turístico y su atractivo patrimonial.

- **Pueblos y comunidades con identidad propia**, integradas a través del programa estatal Maravillas del Hogar del Sol, que pone en valor destinos antes poco visibles.

A ello se suma una fuerte apuesta por el turismo cultural y gastronómico, con la certificación de cocineras y cocineros tradicionales, así como el impulso al turismo comunitario y a nuevas rutas temáticas que conectan al visitante con el México profundo.

CONECTIVIDAD Y PROYECCIÓN INTERNACIONAL

El reposicionamiento de Guerrero se ve reforzado por importantes avances en conectividad aérea y marítima, con nuevas rutas, incremento de frecuencias y el regreso de grandes navieras internacionales. La reactivación del turismo de cruceros y la participación constante en ferias internacionales, como FITUR Madrid, consolidan la presencia del estado en el mercado europeo.

UN DESTINO CON FUTURO

Guerrero no solo invita a redescubrir destinos emblemáticos; propone una forma distinta de viajar: más consciente, más cercana y auténtica. Bajo el liderazgo de la Mtra. Evelyn Salgado Pineda, el estado avanza con paso firme hacia un turismo que genera bienestar, preserva su identidad y mira al mundo con confianza.

Para el viajero europeo que busca experiencias genuinas en México, Guerrero, Hogar del Sol, se presenta hoy como un destino renovado, diverso y lleno de historias por descubrir. ●



GUERRERO
HOGAR DEL SOL



TRANSFORMANDO
GUERRERO
GOBIERNO DEL ESTADO
2021 - 2027

SECRETARÍA DE
TURISMO
DEL ESTADO DE GUERRERO

Josefina Rodríguez Zamora
Secretaria de Turismo de México

México avanza hacia un turismo que transforma comunidades



MÉXICO APUESTA POR UN TURISMO DIVERSIFICADO Y SOSTENIBLE QUE BENEFICIA A LAS COMUNIDADES Y SE FORTALECE CON MEJOR INFRAESTRUCTURA, SEGURIDAD E INVERSIÓN

TEXTO Y FOTOS: ARMANDO DE LA GARZA
(Representante de Excelencias en México)

¿Cuáles son las estrategias prioritarias de México para diversificar su oferta turística más allá del turismo de sol y playa en los próximos 5 años?

En los próximos años queremos que México se descubra más allá de sus playas: que el visitante encuentre comunidades, tradiciones y experiencias auténticas que reflejen la diversidad del país. Por ello impulsamos segmentos como el turismo cultural, comunitario, gastronómico, deportivo y de naturaleza, fortaleciendo la promoción de los Pueblos Mágicos y de los destinos emergentes. Apostamos por la capacitación, la innovación y la digitalización para que los prestadores locales puedan ofrecer productos competitivos y con identidad propia.

Creemos que el turismo debe contar historias, no sólo mostrar paisajes. Detrás de cada destino hay cocineras tradicionales, artesanos, guías y jóvenes emprendedores que dan vida a México. Nuestra estrategia busca conectar a los viajeros con ese motor humano y, al mismo tiempo, generar bienestar económico y social en las comunidades anfitrionas.

¿Qué medidas están implementando para promover el turismo sostenible y reducir la huella ambiental de las actividades turísticas en destinos clave?

Nuestro modelo de desarrollo turístico se basa en un principio muy claro: crecer cuidando. Hemos protegido áreas naturales prioritarias, impulsado obras con energías limpias y aplicado políticas que garantizan la conservación del patrimonio natural y cultural. Además, promovemos distintivos y guías para proyectos sostenibles que orientan a los prestadores hacia prácticas responsables y una mejor gestión de recursos.

La sostenibilidad no es sólo un discurso, sino un trabajo cotidiano. Por eso apoyamos la eficiencia energética en establecimientos turísticos, el manejo responsable de residuos y el respeto a la capacidad de carga en ecosistemas frágiles. Todo esto se traduce en experiencias más conscientes, donde el visitante puede disfrutar mientras contribuye a preservar lo que hace único a México.

¿Cómo está México fortaleciendo la preparación y seguridad de sus destinos turísticos frente a desastres naturales y emergencias sanitarias?

Hemos fortalecido la resiliencia de los destinos turísticos mediante

inversión, planeación y capacitación. En coordinación con autoridades locales y federales trabajamos para contar con planes de contingencia, sistemas de alerta temprana y protocolos de actuación ante desastres naturales o emergencias sanitarias. La seguridad de quienes nos visitan es un compromiso permanente; por ello promovemos prácticas que permiten a las comunidades y turistas responder con rapidez y orden ante situaciones de emergencia.

¿Qué iniciativas hay para apoyar a las comunidades locales y garantizar que el turismo genere beneficios económicos equitativos para comunidades indígenas, rurales y urbanas?

Queremos que las comunidades sean protagonistas de su propio desarrollo. Por ello impulsamos la Guía Nacional de Experiencias Turísticas Comunitarias y un distintivo especial que da visibilidad a proyectos gestionados por la gente. Estas iniciativas garantizan que los beneficios económicos permanezcan en los territorios y que los visitantes conozcan México desde su raíz y su esencia.

Además, trabajamos en la digitalización de Pueblos Mágicos y en plataformas que integran a las comunidades al mercado turístico nacional e internacional. Así logramos inclusión, fortalecemos la identidad local y aseguramos una distribución más justa de los beneficios. El turismo debe ser

una herramienta de justicia histórica y territorial, no sólo una actividad económica.

¿Cómo están fomentando la promoción de México como destino cultural y gastronómico en mercados europeos, especialmente en España, y qué resultados han observado?

Europa —y especialmente España— es un mercado fundamental para mostrar el México auténtico, diverso y creativo. En FITUR y otras ferias presentamos nuestras rutas gastronómicas, festividades, artesanías y Pueblos Mágicos, destacando la calidez de nuestra gente y la riqueza de nuestra cocina. Campañas como Latidos del Mundo reflejan esa conexión emocional y cultural que tanto atrae a los viajeros europeos.

Los resultados son muy alentadores: hay mayor interés en experiencias culturales y gastronómicas, y más touropeadores europeos están incorporando productos mexicanos que van más allá de los destinos tradicionales. Esto demuestra que, cuando mostramos el corazón humano de México, conquistamos al visitante con autenticidad y cercanía.

¿Qué papel juegan la conectividad y la infraestructura (aeropuertos, aeropuertos regionales, turismo rural) en la estrategia de crecimiento turístico?

La conectividad es esencial para seguir creciendo. Hemos fortalecido aeropuertos regionales, carreteras y corredores turísticos que acercan a los viajeros a destinos menos conocidos, ampliando la oferta y fomentando la descentralización del turismo. Proyectos como el Tren Maya y los nuevos corredores del sur-sureste abren oportunidades para comunidades que antes estaban fuera del mapa turístico.

Una mejor infraestructura también mejora la experiencia del visitante. Cuando un turista puede llegar fácilmente a un destino, se crean condiciones para que la derrama económica se distribuya y se detone el desarrollo local. La conectividad, en este sentido, es una herramienta de inclusión y competitividad.

¿Qué medidas de incentivos o simplificación administrativa existen para atraer inversión en proyectos de hotelería, ecoturismo y experiencias culturales?

Estamos impulsando incentivos para atraer inversión responsable en proyectos



hoteleros, de ecoturismo y de experiencias culturales. La simplificación administrativa y la colaboración con gobiernos estatales y municipales permiten que los proyectos se desarrollen con mayor agilidad, sin dejar de cumplir estándares ambientales y sociales.

Además, promovemos esquemas de asociación público-privada que facilitan la creación de infraestructura sostenible y fortalecen la economía local. Nuestro objetivo es que la inversión llegue a más regiones y que cada proyecto contribuya al bienestar de las comunidades y al desarrollo equilibrado del país.

¿Cómo están desarrollando el turismo de nicho (turismo de aventura, enoturismo, turismo de salud, turismo de bienestar) y cuál ha sido la respuesta de los mercados internacionales?

México tiene un enorme potencial en segmentos especializados como el turismo de aventura, bienestar, enoturismo y salud. Hemos trabajado en certificaciones, capacitación y promoción internacional de estos productos, ofreciendo experiencias que combinan naturaleza, cultura y desarrollo personal.

La respuesta ha sido muy positiva, porque hoy los turistas buscan autenticidad y contacto con experiencias locales. Estos nichos permiten diversificar los destinos, prolongar la estancia promedio y atraer visitantes con mayor conciencia ambiental y cultural.

¿Qué políticas de seguridad, calidad y certificación están promoviendo para garantizar experiencias turísticas

consistentes y seguras para los visitantes?

Impulsamos programas de capacitación, protocolos sanitarios, distintivos de calidad y certificaciones para prestadores de servicios turísticos. Todo ello nos permite asegurar estándares homogéneos que elevan la competitividad y la confianza del visitante.

También trabajamos en la profesionalización del sector y en la mejora continua de los servicios. La idea es que, sin importar a dónde llegue, el turista encuentre calidad, calidez y seguridad, que son la esencia de la hospitalidad mexicana.

¿Qué alianzas público-privadas están previstas o en marcha para promover México como destino en ferias internacionales y plataformas digitales, y cómo medirán el impacto de estas acciones?

Las alianzas con el sector privado son la base para fortalecer la promoción internacional. En FITUR y otras ferias trabajamos de la mano con aerolíneas, cadenas hoteleras, agencias de viajes y plataformas digitales. Juntos mostramos la nueva imagen de México como un destino sostenible, seguro y diverso, apoyándonos también en herramientas tecnológicas y campañas conjuntas.

Medimos el impacto con indicadores como número de visitantes, derrama económica, ocupación, ventas en línea y participación de comunidades locales. Más allá de las cifras, lo importante es que estas alianzas se traduzcan en experiencias memorables y en beneficios tangibles para quienes hacen posible el turismo en México. ●

COAHUILA
PA' DELANTE



SORPRENDETE con
COAHUILA



EN COAHUILA HAY PLAN



VISITA COAHUILASORPRENDE.MX



Parras, Coahuila



Cuatro Ciénegas, Coahuila



Arteaga, Coahuila



Ruta Vinos & Dinos



Saltillo, Coahuila



Torreón, Coahuila



TENDENCIAS DE TURISMO EN MÉXICO



visita TAMPICO





CONSULTE AQUÍ
LA GUÍA TURÍSTICA





TIANGUIS DE PUEBLOS MÁGICOS TAMPICO TAMAULIPAS SEDE ~ 2026

CONSULTE AQUÍ LA
AGENDA DE EVENTOS



  Turismo Tampico

<https://tampico.gob.mx/>

  Tampico Gob





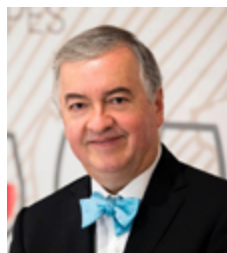
ESPAÑA Y MÉXICO, una relación bilateral de grandes oportunidades

La estrecha relación hispano-mexicana es, ante todo, una realidad histórica, cuyos vínculos se multiplican en los ámbitos cultural, social y económico. El movimiento turístico y todas sus derivaciones constituyen una resultante más de dicha relación, y el flujo de turistas e inversiones para el sector entre ambas naciones ha mantenido un rumbo ascendente, con un futuro promisorio de expansión.

España es una potencia turística mundial y México un actor destacado. Baste recordar que la contribución del PIB turístico al PIB nacional alcanzó en 2023 el 12,3 % en España y, en 2024, el 8,7 % en México; el primero se situará en el segundo lugar como destino más visitado del mundo en 2024, mientras que México ocupará el sexto puesto.

En este contexto, el Sustainable Tourism Advanced Research Center (STARC) de la Universidad Anáhuac Cancún ha venido dando segui-

LA CONECTIVIDAD AÉREA DIRECTA Y LA CONCENTRACIÓN DE LLEGADAS EN POCOS AEROPUERTOS FACILITAN EL INTERCAMBIO TURÍSTICO



ESPAÑA ES UNA POTENCIA TURÍSTICA MUNDIAL Y MÉXICO UN DESTINO DESTACADO, CON APORTES SIGNIFICATIVOS DEL TURISMO A SUS RESPECTIVOS PIB

TEXTO: FRANCISCO MADRID FLORES (Director del STARC Anáhuac Cancún) FOTO: PIXABAY

miento a la relación turística bilateral entre ambas naciones, identificando —de manera preliminar para 2025— los siguientes aspectos de interés:

- España es el undécimo mercado emisor más importante del mundo por su nivel de gasto. Se estima que los españoles realizan cerca de 23 millones de viajes al extranjero anualmente.

- Por cada turista español que visitó México en 2025, se registraron cuatro turistas mexicanos en España.

- El gasto medio de un turista español en México ronda los 1 300 euros, mientras que el de los turistas mexicanos en España asciende a 2 527 euros, lo que representa una relación cercana a 2 a 1 (información de 2024).

- En consecuencia, por cada euro gastado por los turistas españoles en México, los mexicanos gastaron alrededor de 7,5 euros en España.

- A pesar de la distancia, España es el segundo destino internacional de viaje para los mexicanos.

- España es el sexto mercado emisor para México y el segundo de Europa, posición que

se mantiene de manera regular en el tiempo. En el caso del Caribe mexicano, representa el séptimo mercado en importancia y el tercero europeo.

- Dos aeropuertos concentran más del 90 % de las llegadas de turistas españoles a México: Cancún (57,8 %) y Ciudad de México (36,3 %). Esto equivale a un volumen aproximado de 150 000 llegadas del mercado español a Cancún.

- La estacionalidad es muy marcada en ambas direcciones, con una elevada concentración de viajes durante los meses de verano.

- Las rutas aéreas directas conectan la Ciudad de México con Madrid y Barcelona, y Madrid con Cancún, Ciudad de México, Guadalajara y Monterrey.

Con ello, parece que, al menos por ahora, la balanza se inclina del lado español. Mucho se ha avanzado a lo largo del tiempo, pero aún queda un amplio margen de acción para aprovechar plenamente el potencial que ofrece el mercado turístico español para México. ●

Ciudad de **OAXACA**

Patrimonio Cultural de la Humanidad



México
visitmexico.com

OAXACA
Tierra orgullosa de sus raíces

OAXACA
CIUDAD PATRIMONIO
DE LA HUMANIDAD
MINISTERIO DE CULTURA Y TURISMO



TURISMO DE EXPERIENCIAS

TEXTO: CONSUELO ELIPE (Redacción Excelencias) FOTO: PEXELS

Las experiencias únicas en el turismo se han vuelto masivas y superficiales, y solo pueden recuperarse viviendo cada viaje de manera auténtica y personal

Hablemos del turismo de experiencias... esa palabra que en los últimos años ha sido —y es— quizás la más usada por todas las empresas dedicadas al turismo o la hostelería.

La IA da esta definición:

El turismo experiencial es un tipo de viaje que busca crear experiencias únicas, inmersivas y transformadoras para el viajero, yendo más allá de lo tradicional. Se enfoca en la conexión emocional con el destino, sus culturas, naturaleza y gente, priorizando la participación activa y el aprendizaje a través de los sentidos.

Esta bonita definición, en realidad, lo dice todo y no dice nada. Es obvio que, cuando viajamos, todos perseguimos un momento único; único porque cada persona es irrepetible, con gustos, expectativas e ideas que, como la huella digital, no tienen dos iguales.

Sucede que ahora todo el mundo huye de lo tradicional en el sentido de no querer hacer lo que hacen otros. El hecho de que las redes sociales lo ocupen y lo llenen todo hace que cada viajero quiera algo que solo viva él: la originalidad por encima de lo demás, en muchos casos no tanto para disfrutar o vivir, sino para contarlo y lograr una foto que le consiga notoriedad y likes.

El hecho de que casi todas las personas que viajan a un destino nuevo persigan estas "experiencias únicas" ha terminado por desbordar, en parte, a los destinos tradicionales. Vemos grupos y más grupos buscando lugares, haciendo listas de lo que se supone son los "rinconcitos" escondidos y

desconocidos de la ciudad. ¿Y qué ocurre? Que cuando esos sitios aparecen una y otra vez en las redes, dejan de ser únicos, exclusivos y maravillosos; porque cuando finalmente vas a conocerlos, encuentras una fila de cien personas delante de ti.

En cuanto a los destinos como tal, en sus planes de promoción observamos cómo, paulatinamente, han ido perdiendo su identidad. Si tomamos como ejemplo países como México, hace unos años los estados tenían muy definida su oferta: unos apostaban por el turismo de aventura, otros por el cultural, de naturaleza, religioso, de negocios... Hoy esas líneas están cada vez más difuminadas, y la mayoría busca ofrecer más y más variaciones, lo que finalmente hace que se parezcan entre sí y que esas experiencias exclusivas sean más difíciles de reconocer.

En el caso de los restaurantes, parece a veces que, en el afán de buscar lo único, los cocineros "rizan el rizo" en exceso, y terminamos perdiendo lo que de verdad podría ser una experiencia auténtica por ser verdadera y honesta.

¿Con esta realidad, cómo logramos esas experiencias únicas?

Quizás la solución —o una de ellas— es volver a lo básico: prestar menos atención a las opiniones ajenas publicadas hasta la saciedad y volver al mapa de papel, o a la aventura real de no planificar tanto antes de un viaje o una experiencia gastronómica.

¿Qué tal si tratamos de vivir nuestro viaje, solo el nuestro?

¿Qué tal si nos perdemos en un destino y aprendemos a preguntar más al lugareño y menos a Google o a la IA?

Cada viajero deberá encontrar su propio camino. ●



**Puerto
Vallarta**

**NUESTRO PUERTO
RENACE**

Puerto Vallarta es un destino que se vive con los sentidos. Reconocida como la ciudad más amigable del mundo y orgullosamente el puerto más mexicano de México, aquí la hospitalidad genuina se entrelaza con una identidad cultural vibrante y un entorno natural privilegiado frente al Pacífico.

Mar, montaña y ciudad conviven en un solo lugar: playas doradas, selva exuberante, ríos, sierra y un centro histórico lleno de vida.

Su gente cálida, abierta y cercana transforma cada visita en una experiencia auténtica y memorable.

Tradiciones vivas, gastronomía con raíz, arte local y celebraciones que honran la identidad nacional durante todo el año hacen de Puerto Vallarta un punto de encuentro donde México se expresa con orgullo, frente al mar. ●



LA BRECHA DIGITAL para las personas con discapacidad: otro reto para el sector



FITUR 2026 LLEGA EN UN CONTEXTO DE CRECIMIENTO DEL TURISMO GLOBAL, PERO CON EL RETO URGENTE DE AVANZAR EN UNA ACCESIBILIDAD DIGITAL REAL E INCLUSIVA.

TEXTO: JAVIER AGUADO ALONSO (Coordinador de Eventos y Protocolo Grupo Social ONCE) **FOTO:** PEXELS

Un año más, FITUR es la Feria de las Ferias y, ahora sí, contamos con México como país invitado, tal y como adelantamos en estas mismas páginas hace justo un año.

Este país es un destino turístico que ofrece múltiples posibilidades y que, con toda seguridad, sorprenderá con una oferta variada para todos los gustos y públicos.

La Feria sigue despertando muchas expectativas y, afortunadamente, es inevitable.

España continúa batiendo récords de visitantes. ¿Habremos tocado techo? La respuesta, con toda probabilidad, se encuentra en estas páginas, redactada por grandes expertos y estudiosos del sector, quienes ya advierten sobre algunos cambios importantes que debemos acometer todos.

Uno de ellos es la brecha digital a la que se enfrentan las personas con discapacidad en el sector turístico.

A continuación, se presentan algunos ejemplos reales detectados en la actividad profesional, y agradezco que este foro impreso y digital contribuya a visibilizarlos.

Está claro que las nuevas tecnologías deben aterrizar —y así está sucediendo— en todos los sectores, y el turismo no iba a ser la excepción.

Pero, he de decirlo, ocurre casi siempre lo mismo: los desarrolladores de webs y aplica-

ciones olvidan —a veces, no siempre— a las personas con discapacidad cuando diseñan sus proyectos.

Existe una norma muy sencilla de aplicar: AA de las WCAG 2.0, el conjunto de pautas que garantizan el acceso y uso equitativo de espacios, servicios y productos para todas las personas, incluidas aquellas con discapacidad.

Cuando se realiza el registro en un hotel y el profesional de recepción invita amablemente a firmar en una tableta digital, alguien podría preguntarse: “¿qué problema hay?”. Pues muy sencillo: una persona con una discapacidad física en sus manos no puede firmar en una tableta, y menos aún si está colocada en un mostrador no accesible.

Un hecho real que estos ojos han presenciado.

Y no digamos una persona ciega o con discapacidad visual... salvo que alguien le lea lo que está firmando.

O, por ejemplo, cuando se realiza el registro de salida en el hotel y, al pagar con tarjeta de crédito —lo más habitual—, el TPV no es accesible, obligando a comunicar el PIN al recepcionista. También real.

Esta accesibilidad digital debe ser inclusiva para todos. Afortunadamente, cada vez se incorpora más público al ocio y al turismo: la erróneamente denominada tercera edad. Cada vez que deben comprar un billete de avión o hacer una reserva en un hotel o un crucero, la “aventura”

comienza desde el sofá de su casa y no después, como debería ser.

No se pretende transmitir pesimismo; en este ámbito se avanza, y mucho, gracias a los códigos QR. Sin embargo, queda mucho por hacer y, sobre todo, mucha voluntad por parte de los desarrolladores de estos necesarios e imprescindibles recursos digitales.

Asimismo, sabemos que a las empresas turísticas se les exige —a veces en exceso— cumplir con la huella de carbono, la sostenibilidad, la economía circular, etc. Pero todas estas cuestiones, que sin duda son importantes, no deben ir en detrimento ni dejar atrás al colectivo de personas con discapacidad ni a otros grupos vulnerables.

Creo sinceramente que todas las acciones que se emprendan en este sentido son perfectamente compatibles.

Recientemente he tenido la oportunidad de colaborar como voluntario de apoyo en un crucero cuyos pasajeros —más del 80%— tenían alguna discapacidad. Todo un reto, ¿verdad? Pues he de decir que la naviera, además de llevar a cabo un extraordinario ejercicio de asesoramiento previo, impartió una formación y cualificación integral a su personal a bordo: más de 1 500 personas entre cocineros, personal de entretenimiento y camareros.

El año que viene, más accesibilidad y más inclusión, entre todos. ●

EXCELENCIAS
Gourmet

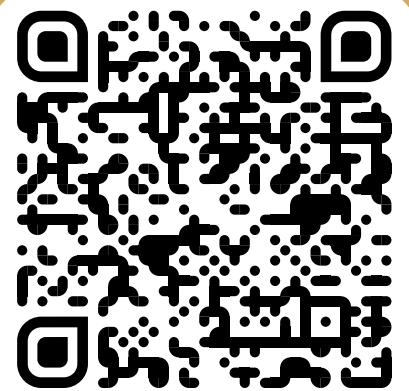
EXCELENCIAS
Gourmet

100

NUEVA EDICIÓN

WWW.REVISTAEXCELENCIAS.COM

ESCANEA



México acoge el turismo inteligente: útil para cada aventura



TEXTO: JORGE COROMINA
(Redacción Excelencias)
FOTOS: PIXABAY

En los últimos años, México ha comenzado a adoptar estrategias que lo colocan en la ruta del turismo inteligente, con destinos que utilizan datos e innovación para generar experiencias más eficientes y responsables. Ciudades como Tequila (Jalisco) y el Pueblo Mágico de Pátzcuaro (Michoacán) ya han sido reconocidas por implementar soluciones tecnológicas que mejoran la movilidad de los visitantes y digitalizan la oferta cultural y comercial.

Este enfoque se basa en cuatro pilares: tecnología, accesibilidad, gobernanza y sustentabilidad. La conectividad se vuelve esencial: señalización inteligente, mapas interactivos, aplicaciones con información en tiempo real y sistemas de conteo de visitantes ayudan a evitar el sobreturismo,

MÉXICO IMPULSA UN TURISMO INTELIGENTE QUE COMBINA TECNOLOGÍA, SOSTENIBILIDAD Y EXPERIENCIAS PERSONALIZADAS, INTEGRANDO HERRAMIENTAS DIGITALES PARA PROTEGER SU PATRIMONIO Y FORTALECER LA ECONOMÍA LOCAL

uno de los retos más críticos en destinos muy demandados como Cancún, Tulum o Los Cabos.

La sustentabilidad es el eje del turismo inteligente. Desde aerolíneas que incorporan combustible sostenible hasta hoteles que monitorean el consumo de agua y energía mediante sistemas automatizados, el sector está migrando hacia un modelo medible y transparente.

En áreas naturales protegidas —como la Reserva de la Biósfera de Sian Ka'an o la Huasteca Potosina—, sensores y plataformas digitales permiten evaluar el impacto ambiental del turismo y tomar decisiones preventivas.

Al mismo tiempo, las comunidades locales están aprovechando estas herramientas para posicionar sus productos y servicios.

Artesanos, guías y cooperativas rurales se conectan con los viajeros mediante plataformas digitales que impulsan el turismo comunitario, permitiendo que el beneficio económico permanezca dentro de la región.

En cuanto a las experiencias, el enfoque es claro: personalización. El uso de inteligencia artificial en agencias y cadenas hoteleras permite sugerir itinerarios según los intereses del viajero —gastronomía, naturaleza, aventura o bienestar—, mientras que herramientas de realidad aumentada destacan el valor histórico de sitios arqueológicos o centros históricos.

México entiende que el turismo del futuro no se mide solo en cifras de visitantes, sino en el legado que deja en las comunidades. La digitalización es la vía; la sustentabilidad, el destino. ●

vive
la experiencia **CREA**
TU HISTORIA



GRAN CARIBE
HOTELS

www.grancaribehotels.com



El turismo inclusivo LGBTQ+: avances y destinos destacados EN MÉXICO Y ESPAÑA



TEXTO: JUAN PEDRO TUDELA
(Consultor Turismo LGTB, fundador de FITUR LGBTQ y creador residencias para GAYS SENIOR)

En los últimos años, el turismo inclusivo LGBTQ+ ha experimentado un crecimiento significativo, reflejo de la evolución constante hacia una sociedad más abierta y respetuosa con la diversidad. Este fenómeno no solo genera beneficios económicos —en muchos casos, además, desestacionalizados—, sino que también contribuye a la promoción de la igualdad y la visibilidad de la comunidad LGBTQ+. En este artículo se analizan los avances del turismo gay en México y España, dos países que destacan por su acogida y apoyo a esta comunidad.

En ambos contextos, la aportación de empresarios del ocio españoles en colaboración con socios mexicanos ha ofrecido excelentes resultados, sumando un valor añadido a la ya rica y diversa oferta turística existente en ambos países.

Destacan eventos como MATRIX Festival —presente en numerosos destinos internacionales, con buques insignia en Madrid y Torremolinos—, WE Festival (con especial relevancia durante Madrid Pride y en celebraciones de Año Nuevo), Mad Bear Festival y

Circuit Festival, el más importante de Barcelona. En conjunto, estos cuatro promotores se posicionan como los principales captadores de turismo LGBTQ+, atrayendo a un público que, además de cultura, gastronomía, historia, sol y playa, busca una oferta de ocio de alta calidad, con producciones espectaculares y carteles de DJ internacionales de primer nivel.

A estos destinos se suma la facilidad de transporte mediante la red de alta velocidad (AVE) en el caso español, así como la vinculación en agenda con los cruceros LGBTQ+ más relevantes del mundo, organizados por Atlantis Events, que suelen coincidir con el inicio o cierre de los festivales. Esta sinergia representa una opción de alto valor añadido tanto en España como en México.

AVANCES EN EL TURISMO INCLUSIVO LGBTQ+ EN MÉXICO

México ha realizado importantes esfuerzos para consolidarse como un destino atractivo y seguro para la población LGBTQ+. Ciudades como Ciudad de México, Puerto Vallarta, Playa del Carmen y Guadalajara han liderado este proceso mediante la implementación de políticas inclusivas y el desarrollo de infraestructuras específicas que garantizan experiencias turísticas memorables.

Ciudad de México, por ejemplo, es reconocida por su vibrante vida nocturna y su amplia oferta cultural. La Zona Rosa es un espacio emblemático, con numerosos bares, clubes y restaurantes que celebran la diversidad. Asimismo, el Desfile del Orgullo en la capital se ha convertido en uno de los eventos más relevantes y multi-

tinuarios de la región, atrayendo cada año a miles de visitantes internacionales.

Puerto Vallarta, por su parte, es considerado uno de los mejores destinos de playa para la comunidad LGBTQ+. Sus playas paradisíacas, resorts especializados y una escena nocturna activa y diversa conforman un entorno seguro y acogedor para todo tipo de visitantes.

El estado de Jalisco y su capital, Guadalajara, también se sitúan a la vanguardia del turismo gay. La ciudad destaca por su tolerancia y apertura, y ha acogido en varias ocasiones el Congreso Internacional de Turismo LGBTQ+, consolidándose como un punto de encuentro global para el debate y la promoción de la inclusión en el sector turístico.

ESPAÑA: REFERENTE MUNDIAL DEL TURISMO LGBTQ+

España ha sido históricamente uno de los destinos más acogedores para la comunidad LGBTQ+. Además de contar con una legislación avanzada en materia de derechos y protección, ofrece una amplia variedad de destinos y eventos que celebran la diversidad.

Madrid, la capital, es internacionalmente conocida por el barrio de Chueca, símbolo de inclusión y dinamismo. Cada verano, la ciudad acoge el Madrid Pride (Orgullo de Madrid), uno de los mayores y más reconocidos del mundo, con una participación estimada de alrededor de dos millones de personas, además de decenas de eventos y fiestas paralelas.

Barcelona es otro de los grandes referentes del turismo gay en España. La ciudad combina su riqueza cultural y arquitectónica

con una oferta de ocio adaptada a la comunidad LGBTQ+. El Circuit Festival reúne a miles de asistentes en una programación que incluye conciertos, exposiciones y actividades deportivas.

Torremolinos, Benidorm y Sitges son igualmente destinos preferentes. Torremolinos destaca por su ambiente festivo continuo y por espacios emblemáticos como el chiringuito EDEN; Sitges ofrece un entorno más relajado, con playas y festivales de reconocido prestigio; mientras que Benidorm emerge con fuerza gracias a un Pride que se ha consolidado como una cita imprescindible.

Tampoco puede obviarse el papel de Canarias y, en particular, Playa del Inglés, que acoge múltiples eventos durante los 365 días del año, favorecida por su clima primaveral permanente.

El desarrollo del turismo inclusivo LGBTQ+ en países como México y España resulta notable y altamente significativo. Ambos territorios se han convertido en ejemplos de cómo la industria turística puede evolucionar para ofrecer espacios seguros, respetuosos y acogedores. Al fomentar la inclusión y la diversidad, México y España se posicionan como destinos clave en el mapa mundial del turismo gay, atrayendo a viajeros en busca de experiencias auténticas y de calidad.

El compromiso sostenido con la igualdad y la visibilidad de la comunidad LGBTQ+ continúa siendo un factor esencial para garantizar que este segmento turístico siga creciendo y generando oportunidades de conexión, disfrute y descubrimiento para todos sus visitantes. ●

GRAN CARIBE
HOTEL

Barceló
HOTEL GROUP



Varadero Resort by Barceló



Carretera Las Américas, km 3½ | Varadero | Cuba
Tel. +53 45 623800 Ext. 586 | Tel. +53 45 623825
reserva@resortsolympar.gca.tur.cu
rsv@resortsolympar.gca.tur.cu
www.barcelo.com

Barceló Solymar
Occidental Arenas Blancas

Explorando México: un viaje a través de su rico patrimonio cultural

TEXTO: ARMANDO DE LA GARZA (Representante de Excelencias en México) FOTO: PIXABAY

México se erige como uno de los destinos culturales más importantes del mundo, un país cuyo territorio es un vasto mosaico de historia, tradición y arte. El turismo cultural en esta nación no es solo un viaje de placer, sino una inmersión profunda en las capas de un legado que abarca miles de años, desde la época prehispánica hasta la vibrante actualidad.

El encanto de México reside en su patrimonio cultural, tanto tangible como intangible. El primero incluye los bienes físicos que han perdurado en el tiempo. Los sitios arqueológicos, como las imponentes ciudades prehispánicas de Teotihuacán (Estado de México), Chichén Itzá (Yucatán) y Palenque (Chiapas), son emblemas que narran el ingenio y la cosmogonía de civilizaciones milenarias.

Los centros históricos de ciudades como Ciudad de México, Puebla, Morelia o Zacatecas —muchos de ellos reconocidos por la UNESCO— exhiben la majestuosidad de la arquitectura virreinal, junto a sus catedrales, palacios y monasterios. Asimismo, múltiples localidades destacan por su historia y tradiciones, ofreciendo una visión auténtica de la identidad local y enriqueciendo la oferta turística con su peculiar encanto.

El patrimonio intangible está conformado por manifestaciones no físicas: las “tradiciones vivas” que dan identidad a sus comunidades. Entre ellas sobresale la gastronomía mexicana, considerada Patrimonio Cultural Inmaterial de la Humanidad, que es un viaje en sí misma: desde el mole poblano hasta la infinita variedad de tamales y antojitos.

México también es una nación de lenguas y tradiciones. Festividades como el Día de Muertos (especialmente en Michoacán), las fiestas patronales, la música, las danzas y los saberes artesanales permiten al visitante interactuar y experimentar la identidad de un pueblo.

Existen diversas rutas temáticas para viajeros interesados en arqueología, arquitectura histórica, patrimonio industrial y arte

Practicar turismo cultural en México significa recorrer rutas temáticas que satisfacen los intereses de cualquier viajero.

Arqueología: Teotihuacán, Chichén Itzá, Monte Albán, El Tajín y Palenque permiten explorar pirámides, templos y conocer las culturas prehispánicas.

Arquitectura histórica: Centros históricos de la Ciudad de México, Xochimilco, Puebla, Guanajuato y Campeche, donde se pueden visitar museos, monumentos coloniales y conventos del siglo XVI.

Patrimonio industrial: Destaca el Paisaje Agavero y las antiguas instalaciones tequileras de Jalisco, que conectan al visitante con procesos productivos históricos y tradiciones locales.

Arte y museos: México cuenta con recintos emblemáticos como el Museo Nacional de Antropología y el Museo Soumaya, así como una amplia red cultural en diversas ciudades.

El viajero cultural en México busca algo más que postales. Su motivación es conocer, comprender y disfrutar las manifestaciones de identidad de otros grupos humanos.

México invita a un viaje multisensorial: a tocar la piedra ancestral de una pirámide, a probar la complejidad de su gastronomía y a sumergirse en la calidez de sus tradiciones. El turismo cultural en este país es un testimonio vivo de que la historia no está en los libros, sino en las calles, los sabores y la gente. ●





Descubre Cuba con Hoteles Islazul.

Playas encantadoras, ciudades históricas y paisajes naturales.
La esencia cubana en cada detalle.

Confirme su estancia en www.islazulhoteles.com

 @Hoteles Islazul

 @Islazul Hoteles

 @Islazul Hoteles



Prácticas gastronómicas sostenibles en México

TEXTO: ANTONIO MONTECINO
(Experto en Turismo Gastronómico, Desarrollo
y Gestión de Destinos)

FOTOS: PIXABAY

La gastronomía, visualizada de manera transversal como un sistema alimentario de la humanidad, está vinculada con los 17 Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS). Su agenda para 2030 será imposible de cumplir si no se reduce el discurso y el postureo, y se avanza hacia acciones concretas con resultados positivos para los grupos sociales vulnerables. La aplicación de los ODS puede llevarse a cabo en diversos ámbitos territoriales, emprendimientos, experiencias, productos integrados y destinos. Si bien es cierto que resulta complejo implementar estrategias para todos los ODS, también lo es que, con voluntad, conciencia, compromiso y una pizca de op-

timismo, podemos aportar buenas prácticas sostenibles como personas y como profesionales, buscando ser mejores seres humanos y no simplemente cumplir con la Agenda 2030.

El estado de Michoacán considera fundamental visibilizar y valorar a las cocineras maestras tradicionales, reconociendo el conocimiento culinario que las mujeres poseen en pueblos y comunidades. Gracias a ellas, la tradición gastronómica de Michoacán se mantiene viva, vigente y presente, transmitiéndose a través de las generaciones. Para ello, ha creado la marca de certificación Maestra co-

cinera tradicional de Michoacán, el alma de México. Algunos de los requisitos vinculados con buenas prácticas de sostenibilidad que deben cumplir las cocineras para ser certificadas son: aplicar procedimientos, técnicas, habilidades, recetas e ingredientes típicos de la región y tradiciones culinarias de Michoacán, que favorecen a los actores de la cadena productiva alimentaria y al valor turístico; coadyuvar a la biodiversidad ecológica, la seguridad alimentaria, la preservación del patrimonio cultural gastronómico material e inmaterial, y al bienestar y desarrollo social sostenible de las comuni-

dades receptoras, especialmente en entornos rurales. Asimismo, el Estado promueve experiencias de cocina tradicional con las maestras cocineras.

Desde Tabasco, en el sur de México, Lupita Vidal, filántropa, empresaria y chef, junto con su esposo y fotógrafo Jesús Acuña y su familia, fundaron La Cevichería en la popular colonia Gaviotas Norte. Motivada por la inquietud de Lupita, en conjunto con otros empresarios y el colectivo Brocha Gorda, imaginaron una ciudad en penumbras que pudiera ser coloreada con la pintura del "trabajo en equipo" y la brocha del "deseo de

MÉXICO IMPULSA PRÁCTICAS GASTRONÓMICAS SOSTENIBLES QUE FORTALECEN LA CULTURA LOCAL Y MEJORAN LA VIDA DE LAS COMUNIDADES

LA CERTIFICACIÓN EXIGE PRÁCTICAS SOSTENIBLES, USO DE INGREDIENTES LOCALES Y PRESERVACIÓN DEL PATRIMONIO GASTRONÓMICO

de consumir lo propio desde una mirada contemporánea, poniendo en valor quesos, frutas y embutidos de la región. Como herramienta de conocimiento, formación y transmisión, editaron el libro y proyecto cultural Agua y Humo – Cocinas de Tabasco, que documenta prácticas culinarias sostenibles que preservan el conocimiento ancestral y formas de vida que resisten al olvido. Actualmente continúan construyendo comunidad y nuevas rutas para que la gastronomía del trópico tenga un futuro digno, conectando el cacao, el café y los frutos del sur mediante un modelo de comercio justo y diseño responsable.

El estado de Chiapas, en México, destaca por su biodiversidad, gastronomía y tradiciones, fortalecidas por los productos y servicios turísticos del sello distintivo Marca Chiapas, disponibles en el Restaurante Tierra y Cielo junto con el café de montaña, el mango Ataulfo con Denominación de Origen (DO), quesos y embutidos de la región, bebidas a base de maíz como el “pox” o “posh” (bebida que alegra el corazón), el comiteco de Comitán elaborado con maguey, moles como el coletto y artesanías locales. El restaurante, ubicado en



San Cristóbal de las Casas, es dirigido por la chef Marta Zepeda y su esposo Kiev Rueda, quienes expresan en su menú los sabores de Chiapas mediante una cocina que capitaliza la riqueza cultural y natural del estado. A mi entender, su propuesta visibiliza, dignifica y pone muy en alto “la magia gastronómica de Chiapas”, con sostenibilidad, interpretación y valor añadido en el servicio al cliente. Un ejemplo de ello es la cadena productiva asociada al sistema agroforestal del cacao de Grijalva —que comparte Denominación de Origen con Tabasco— con el cual han desarrollado un menú degustación.

El Restaurante Tierra y Cielo colabora además en experiencias bioculturales y gastronómicas como la de Amatenango del Valle, en la sede de Grupo Antsetik Spas Platonos del Valle, donde un grupo de mujeres artesanas ofrece al visitante un desayuno con ingredientes locales, seguido por un recorrido por el taller para conocer técnicas, hornos, procesos de terminado y la galería donde se exponen y venden sus piezas. Gracias al turismo gastronómico, su nivel de vida e ingresos han mejorado, en gran medida por la contribución de responsabilidad social. ●

un mejor lugar para vivir”. Así nació el proyecto Ciudad de Colores, destinado a pintar 14 murales en distintos edificios, de 14 metros de alto por 7 de largo, con temáticas que unen a la comunidad, como ídolos locales —“Chico Che”— o motivos identitarios como “Corazón Gaviotero”, “Folclore”, “Leyendas Urbanas” y “Tabasco de mis Sabores”, entre otros.

En La Cevichería Tabasco se emplean ingredientes de pescadores locales y comunidades costeras, promoviendo la práctica de la ostricultura y el comercio justo del ostión *Crassostrea virginica*, así como la investigación y el trabajo práctico en torno al pejelagarto, especie nativa de los ríos de Tabasco y considerado un “fósil viviente”. En Salón Caimito, otro de sus proyectos, a través del comfort food, buscan concienciar a los clientes sobre la importancia



Potencial del turismo MICE en Iberoamérica: retos y desafíos

TEXTO: CHARO TRABADO
(Cuenta con cuatro décadas de trayectoria en el turismo MICE y es pionera en la organización de ferias MICE B2B a nivel mundial, con 65 ferias realizadas en 18 países)

FOTOS: CORTESÍA DE LA AUTORA, PIXABAY



El turismo MICE en Iberoamérica es un gran motor para la economía de todos los países que lo conforman y sobre todo en España que está entre los principales países receptores de turismo MICE del mundo.

A lo largo de 2024, el turismo de negocios en España generó un impacto económico estimado de 6.734 millones de euros, lo que representa un incremento del 13 % con respecto a 2023, a pesar de que el sector aún no ha alcanzado los niveles previos a la pandemia de la COVID-19.

Asimismo, países como México, Brasil, Panamá, Argentina, Chile, Colombia y Perú registran ingresos conjuntos por este segmento que ascienden a 38.383,5 millones de dólares, con previsiones de alcanzar los 58.677,5 millones de dólares en 2030.

No obstante, la mayoría de los destinos iberoamericanos enfrentan diversos retos y desafíos para la captación de congresos y convenciones, entre los que destacan:

1. INFRAESTRUCTURA INSUFICIENTE

Muchas ciudades iberoamericanas aún carecen de centros de convenciones modernos, así como de espacios versátiles y de primer nivel.

2. CONECTIVIDAD AÉREA Y TERRESTRE.

La conectividad no siempre resulta óptima para la celebración de eventos internacionales, un factor determinante en la elección de sedes.

3. INSUFICIENTE CAPACIDAD HOTELERA PREMIUM

La falta de alojamiento de alta gama para eventos de gran escala reduce la competitividad frente a destinos globales más consolidados y limita la atracción de grandes congresos internacionales.



LOS VIAJES DE INCENTIVO DESTACAN COMO EL SEGMENTO DE MAYOR VALOR AÑADIDO POR SU IMPACTO CULTURAL Y SOCIAL EN LOS DESTINOS ANFITRIONES

4. VOLATILIDAD ECONÓMICA Y POLÍTICA

La incertidumbre macroeconómica y los riesgos políticos presentes en varios países de la región pueden incidir en la planificación de eventos MICE, afectando decisiones de inversión, participación internacional y selección de sedes.

5. CAPACITACIÓN Y PROFESIONALIZACIÓN DEL SECTOR

Persiste la necesidad de una mayor especialización y profesionalización de los

proveedores locales —agencias, organizadores de eventos y DMCs— capaces de gestionar grandes cuentas, ofrecer servicios integrales y competir en el ámbito internacional.

Desde una perspectiva basada en mi experiencia en el turismo MICE, los viajes de incentivo se consolidan como el segmento que mayor valor añadido aporta a los destinos y a sus comunidades, debido al intercambio cultural directo que se genera a lo largo de todo el viaje. ●

III EDICIÓN DE MOTIVOS CUBANACAN

GIBARA



GUARDALAVACA

VARADERO



SANTA LUCÍA

SANTIAGO DE CUBA



 **cubanacan**
HOTEL ES

DEL 27 DE ABRIL AL 5 DE MAYO
III Edición de Motivos Cubanacan

RESERVAS A TRAVÉS DE:
dircomunicacion@cubanacan.tur.cu
viccom@cubanacan.tur.cu

TEXTO: CRISTINA YBARRA
(Experta gastronómica)
FOTOS: PEXELS

LA COCINA MEXICANA
TRANSFORMA CADA VIAJE EN
UNA EXPERIENCIA SENSORIAL
Y CULTURAL QUE CONECTA AL
VISITANTE CON LA ESENCIA
DEL PAÍS

En México, la gastronomía no se come: se vive, se escucha, se huele y se hereda. Es un lenguaje universal que acompaña al viajero desde el primer paso, desplegando una diversidad de sabores que solo un país con más de 10.000 años de historia culinaria puede ofrecer. Hoy, el turismo gastronómico se ha consolidado como una de las rutas más irresistibles para descubrir la identidad mexicana: un mapa sensorial donde cada platillo es una puerta abierta al territorio, la cultura y la comunidad que lo creó.

MÉXICO: UNA POTENCIA MUNDIAL DEL SABOR

Reconocida como Patrimonio Cultural Inmaterial de la Humanidad por la UNESCO, la cocina mexicana no es solamente un conjunto de recetas: es un sistema culinario completo que integra técnicas ancestrales, productos nativos, rituales comunitarios y creatividad contemporánea.

El turista que llega a México pronto descubre que la gastronomía es parte esencial de su memoria de viaje. Desde un puesto callejero en Oaxaca hasta un restaurante de autor en la Ciudad de México, el país ofrece una hospitalidad que entra por el estómago y permanece para siempre.

UN PAÍS CONTADO A TRAVÉS DE SUS INGREDIENTES

México es una colección de territorios gastronómicos. El maíz, el chile y el frijol —la trinidad mesoamericana— adoptan miles de formas según la región. El viajero puede encontrar:

- **Oaxaca y el arte de los moles**

Siete moles emblemáticos, cada uno con su propia personalidad. El mole negro, profundo y complejo, elaborado con más de 30 ingredientes; o el coloradito, suave y aromático, ideal para carnes, pescados o vegetales. En Oaxaca, el mercado es el mejor museo para entender el origen del sabor.

SABORES DE MÉXICO, un viaje irresistible a través del turismo gastronómico



- **Yucatán y sus sabores mayas**

La cochinita pibil, el recado negro, los salbutes y panuchos conducen al visitante al corazón de una cocina que mezcla tradición prehispánica y herencia colonial. La cocción en pib (horno de tierra) continúa siendo una experiencia inolvidable para los viajeros aventureros.

- **Baja California: el templo del producto**

Entre la brisa del Pacífico y la fuerza del desierto, Baja California ha construido una gastronomía moderna y vibrante. Su mezcla de cocina mexicana, asiática y mediterránea convierte a Ensenada y Tijuana en destinos obligatorios para foodies. El taco de pescado estilo Ensenada y los vinos del Valle de Guadalupe son un pasaporte a un México innovador y cosmopolita.

- **CDMX: el epicentro gastronómico global**

La capital reúne tradición y vanguardia. Desde unos tacos al pastor en la esquina hasta restaurantes galardonados internacionalmente, la Ciudad de México ofrece al viajero un universo de sabores que nunca descansa.

MERCADOS, RUTAS Y EXPERIENCIAS GASTRONÓMICAS

El turismo gastronómico en México no se limita a sentarse a la mesa. También significa:

- Caminar por el Mercado de San Juan en CDMX y descubrir ingredientes exóticos.
- Visitar comunidades que elaboran mezcal artesanal en Oaxaca o Guerrero.
- Seguir la Ruta del Queso y el Vino en Querétaro.

- Navegar por las chinampas de Xochimilco para conocer la agricultura ancestral.

- Aprender a hacer tortillas a mano o moler cacao en un metate.

Estas vivencias transforman el viaje y lo convierten en una experiencia auténtica, cercana y profundamente humana.

EL IMPACTO DEL TURISMO GASTRONÓMICO

El auge del turismo gastronómico en México genera beneficios directos para las comunidades: rescata recetas, impulsa a productores locales, preserva técnicas ancestrales y promueve la sostenibilidad. Para el viajero, cada platillo es una lección viva de historia y territorio; para México, una forma de proyectar su identidad al mundo.

UN VIAJE QUE DEJA HUELLA

México es un destino que se recuerda con el corazón y con el paladar. Sus sabores no son solo una experiencia culinaria, sino un puente emocional que conecta al visitante con la esencia del país.

Hoy, cuando la autenticidad es el verdadero lujo del viajero, el turismo gastronómico se convierte en la gran puerta de entrada para entender la cultura mexicana en toda su grandeza.

Porque quien se sumerge en la cocina de México, inevitablemente, siempre quiere volver. ●

DESTINOS

del Mundo



Centroamérica

*“la dulce cintura
de América”*

TEXTO Y FOTOS: CENTRAL AMERICA TOURISM AGENCY

Pablo Neruda llamó a Centroamérica “la dulce cintura de América”. Una franja de tierra única en el mundo que, como un puente suspendido entre dos continentes y dos océanos, ha moldeado la historia natural del planeta y hoy se erige como un mosaico de volcanes, selvas, mares y culturas.

Hace unos tres millones de años, el surgimiento del istmo centroamericano unió las masas continentales de América del Norte y América del Sur. Este proceso no solo cerró la comunicación directa entre los océanos Pacífico y Atlántico, sino que alteró las corrientes marinas globales, influyendo en la formación



de los polos de hielo y en la regulación del clima mundial.

El istmo, que se extiende desde Belice hasta Panamá y abarca apenas 560 mil km², concentra uno de los corredores biológicos y culturales más diversos del planeta. Sus costas suman más de 6.000 kilómetros bañados por el Caribe y el Pacífico, lo que refuerza su papel como bisagra entre mares y mundos.

El istmo late también al ritmo de la tierra. La cadena volcánica centroamericana se extiende desde el volcán Tacaná, en la frontera entre México y Guatemala, hasta el volcán Barú, en Panamá, trazando una línea de más de 1.500 kilómetros de volcanes activos e inactivos.

En Guatemala, el Tajumulco alcanza los 4.222 metros sobre el nivel del mar, siendo la cima más alta de toda Centroamérica. El Salvador cuenta con más de 170 estructuras volcánicas, de las cuales 23 son activas. En Honduras, las Islas del Cisne y la región de Yojoa forman parte de su complejo geológico. Nicaragua posee la imponente cadena de los volcanes Masaya, Momotombo y San Cristóbal, este último con 1.745 m s. n. m., el más alto del país.

Finalmente, en Panamá, el volcán Barú se alza a 3.475 m s. n. m., no solo como la mayor altura del país, sino como un mirador natural desde el que es posible divisar, en un mismo amanecer, el Atlántico y el Pacífico.

Esta cadena volcánica, parte del Cinturón de Fuego del Pacífico, convierte a la región en un escenario de contrastes: suelos fértiles que alimentan cultivos como el café y, al mismo tiempo, una actividad sísmica constante que moldea su historia.

El istmo es una de las zonas con mayor densidad biológica del mundo. En un espacio relativamente reducido alberga más del 12 % de la biodiversidad global. Su posición geográfica permitió el Gran Intercambio Biótico Americano, cuando especies del norte y del sur cruzaron libremente tras la formación del puente terrestre. Hoy, más de 1.000 especies de aves, identificadas hasta la fecha, surcan sus cielos.

Además de aves, la región concentra más de 30.000 especies de plantas y alrededor de 500 especies de mamíferos y reptiles, lo que la convierte en un laboratorio natural para la ciencia y en un destino privilegiado para el ecoturismo.

Más allá de su papel geológico y biológico, Centroamérica es también un espacio

cultural vibrante. Desde los vestigios mayas de Guatemala, Belice, El Salvador y Honduras hasta las tradiciones afroantillanas del Caribe nicaragüense y panameño, la región actúa como un puente no solo de tierras y mares, sino también de identidades.

La "dulce cintura de América", como la describió Neruda, recuerda que, en su aparente pequeñez, el istmo guarda una grandeza inmensa: un punto de encuentro donde la tierra une lo que los océanos separan, donde el fuego moldea la vida y donde las aves cruzan fronteras invisibles cada día. ●

...donde la tierra une lo que los océanos separan

WWW.VISITCENTROAMERICA.COM



▲ La Habana Vieja.

Turismo y patrimonio **EN CUBA,** binomio que implica un verdadero desafío

Cuba es un destino singular que basa buena parte de su producto turístico en un rico patrimonio cultural y natural, conciliando de manera intrínseca la explotación turística con su protección mediante diversas acciones y procedimientos, a la par que desarrolla y promueve un modelo que coadyuva a la defensa de la identidad.

Sus nueve sitios incluidos en la Lista del Patrimonio Mundial de la UNESCO coinciden en ser polos principales de desarrollo turístico; de forma similar ocurre con los bienes contenidos en la Lista Indicativa —con potencial para ser

TEXTO: JOSEFINA PICHARDO
(Corresponsal de Excelencias en Cuba)
FOTO: PEXELS

CUBA ENFRENTA EL RETO DE CONCILIAR EL DESARROLLO DEL TURISMO CON LA SALVAGUARDA DE SUS BIENES PATRIMONIALES, DIECISIETE DE ELLOS PROCLAMADOS PATRIMONIO CULTURAL INMATERIAL DE LA HUMANIDAD POR LA UNESCO

nominados en el futuro— y otros declarados a nivel nacional. De este modo, la isla opta por preservar su acervo cultural y natural mientras se beneficia de las oportunidades económicas que ofrece el turismo.

Tras el éxito del nuevo modelo de gestión aplicado en La Habana Vieja, se sumaron otras ciudades, lo que dio lugar a la creación de otras Oficinas del Conservador e Historiador en varias provincias de Cuba y a la Red de Oficinas del Historiador y del Conservador de Cuba, impulsando esfuerzos para conciliar la actividad turística con la preservación del patrimonio.

Un alto porcentaje de los visitantes que llegan desde diversas latitudes incluye en sus programas recorridos por La Habana Vieja y por la villa de Trinidad. Cada día crecen las preferencias por otras ciudades patrimoniales, algunas ya posicionadas como destinos turísticos —Cienfuegos, Camagüey, Santiago de Cuba y Baracoa— y otras emergentes —Matanzas, Remedios, Sagua la Grande, Sancti Spiritus y Bayamo. Caminar por vetustas callejuelas o adentrarse en fortalezas y castillos centenarios, en perfecto estado, constituye un viaje en el tiempo que todos agradecen.

Entre las motivaciones más recurrentes de este segmento de viajeros destacan la arquitectura colonial, los museos, las galerías, las clases de baile y festivales como la Fiesta del Fuego en Santiago de Cuba, las Parrandas de Remedios en la región central y las Romerías de Mayo en Holguín.

Elementos del patrimonio intangible, tanto de categoría nacional como de la Humanidad, acompañan a los turistas interesados en las raíces de la cubanía, sus tradiciones y costumbres. Ejemplos de ello son la degustación del célebre ron cubano —que encierra los saberes de los Maestros— o el disfrute de ritmos como la rumba, el son, el danzón o el bolero.

Por su parte, el turismo de naturaleza ha ampliado su espacio dentro de la

oferta turística del destino, estrechamente vinculado a la conservación y al cuidado del entorno, dada la relevancia de sus espacios naturales como destinos de alto valor paisajístico y de endemismo. Todo ello se complementa con la variedad de planes diseñados por las agencias especializadas.

Con el fin de recomendar los posibles niveles de explotación turística de determinadas zonas, identificar reservas naturales en las que esta se restringe o prohíbe, y desarrollar políticas que fomenten el ecoturismo sin comprometer el patrimonio natural, el Ministerio de Turismo trabaja en colaboración con entidades gubernamentales y organizaciones ambientales.

En este sentido, la cooperación con el Sistema Nacional de Áreas Protegidas —integrado por más de 263 áreas— ha permitido avanzar en el diseño de más de 50 productos de naturaleza; mientras que la alianza con el Ministerio de Ciencia, Tecnología y Medio Ambiente ha facilitado la aprobación de 286 senderos representativos.

Entre los sitios preferidos por los visitantes destacan el Parque Nacional Alejandro de Humboldt, por su elevada biodiversidad; el Valle de Viñales, en Pinar del Río, famoso por sus mogotes y por ser la tierra del mejor tabaco del mundo; la Comunidad Las Terrazas, un complejo turístico sostenible en plena Sierra del Rosario, Artemisa; el Parque Nacional Península de Zapata, sitio Ramsar y Reserva de la Biosfera, en Matanzas; el Parque Nacional Guanahacabibes, un territorio prístino en el extremo occidental del país; y el Parque Nacional Baconao, en Santiago de Cuba, también declarado Reserva de la Biosfera por la UNESCO.

MARCO LEGAL

El equilibrio entre la explotación turística y la preservación del patrimonio cultural, natural e inmaterial, en sus diferentes categorías, así como los mecanismos y procesos para su protección, está



▲ El Valle de Viñales.



▲ Trinidad.



▲ La Habana Vieja.

ANDAR POR
VETUSTAS
CALLEJUELAS
A LA ANTIGUA
USANZA O
PENETRAR
MUROS Y
CASTILLOS
MILENARIOS
ES UN VIAJE
EN EL TIEMPO
QUE TODOS
AGRADECEN

debidamente regulado mediante la Ley 155/2022, Ley General de Protección al Patrimonio Cultural y al Patrimonio Natural. Esta normativa delimita las actuaciones de los actores económicos y prestatarios de servicios turísticos —personas naturales y jurídicas, cubanas y extranjeras— en todo el territorio nacional.

La Ley incluye la participación del Ministerio de Turismo en aspectos como la gestión de geositios y geoparques ubicados en áreas protegidas declaradas monumentos, así como su presencia en las comisiones nacional y provinciales de Monumentos, órganos asesores en los procesos de protección patrimonial. ●

SITIOS DE CUBA INCLUIDOS EN LA LISTA DEL PATRIMONIO MUNDIAL

1. La Habana Vieja y su sistema de fortificaciones, **1982**
2. Trinidad y el Valle de los Ingenios, **1988**
3. Castillo del Morro San Pedro de la Roca, Santiago de Cuba, **1997**
4. Valle de Viñales, Pinar del Río, **1999**
5. Parque Nacional Desembarco del Granma, provincia Granma, **1999**
6. Paisaje Arqueológico de las Primeras Plantaciones de Café del Sudeste de Cuba, provincias de Santiago de Cuba y Guantánamo, **2000**
7. Parque Nacional Alejandro de Humboldt, provincias de Guantánamo y Holguín, **2001**
8. Centro Histórico Urbano de Cienfuegos, **2005**
9. Centro Histórico de Camagüey, **2008**

CUBA EN LA LISTA DEL PATRIMONIO CULTURAL INMATERIAL DE LA HUMANIDAD

1. La Tumba Francesa La Caridad de Oriente. Obra Maestra del Patrimonio Oral e Inmaterial de la Humanidad, **2008**
2. La rumba cubana, mezcla festiva de baile y música, y todas las prácticas culturales inherentes, **2016**
3. El punto, **2017**
4. Las parrandas de la región central de Cuba, **2018**
5. Los saberes de los maestros del ron ligero, **2022**
6. Bolero: identidad, emoción y poesía hecho canción, **2023**
7. Conocimientos y prácticas tradicionales para la fabricación y el consumo de pan de yuca (casabe), **2024**
8. La práctica del Son cubano, **2025**

Esto es CUBA

ESTO



ES

Sumérgete en la esencia de Cuba en cada uno de nuestros destinos. ROC es más que una cadena hotelera; es una invitación a vivir intensamente, a explorar cada rincón con una actitud desenfadada y única.

Para los que eligen la experiencia por encima de todo, ofrecemos hoteles ideales en La Habana, Varadero y Cayo Santa María.

Frescura. Buena vibra. Emoción.
¡Esto es ROC!

Roc Arenas Doradas ★★★★★
Varadero

Roc Barlovento ★★★★★
Varadero

Roc Presidente ★★★★★
La Habana

Roc El Viejo y el Mar ★★★★★
La Habana

ROC



roc-hotelscuba.com

DESTINOS EMERGENTES DE IBEROAMÉRICA QUE

REDEFINEN EL MAPA
DEL VIAJERO

VIAJAR MÁS ALLÁ DE LOS CIRCUITOS TRADICIONALES PERMITE DESCUBRIR DESTINOS POCO CONOCIDOS QUE DESTACAN POR SU AUTENTICIDAD, SU RIQUEZA NATURAL Y EXPERIENCIAS GENUINAS

TEXTO: GABRIELA SÁNCHEZ
(Redacción Excelencias)
FOTOS: PIXABAY, WIKIMEDIA COMMONS

Claro que los grandes clásicos merecen visitarse una y otra vez si es preciso, pero ¿qué pasa con esos otros lugares que no suelen aparecer en los radares turísticos? Pueden estar en los catálogos, pero no con la misma fuerza con que se encumbran Punta Cana, Buenos Aires o Río de Janeiro. Del mismo modo, pueblos, playas y montañas permanecen guardados en el itinerario de los locales, con experiencias auténticas y menos gentrificadas.

Tarija, Canoa Quebrada, Salento, Las Terrenas, Dominica y Colón son un recordatorio de que viajar también es cuestión de curiosidad y de descubrir lo que muchos aún no han puesto en su lista.

TARIJA, BOLIVIA

Al sur de Bolivia, muy cerca de Argentina y dentro de la vasta región del Gran Chaco, Tarija crece silenciosamente como un destino singular. Su clima semitropical en altura la convierte en un lugar apacible, ideal para el senderismo y el enoturismo.

De hecho, es referente por excelencia en la elaboración del singani, la bebida nacional boliviana hecha a base de uva moscatel. Para los más activos, propone además una escalada al cerro Morao, punto más alto de la región con 4.706 metros.



CANOA QUEBRADA, BRASIL

La segunda parada de este mapa atípico es Canoa Quebrada, en Ceará, Brasil. Se trata de un rincón costero cuyo principal atractivo es el arcóris paisajístico que despliega: tonos rojizos, dorados y ocres que se funden frente a un Atlántico turquesa.

Mezcla lo bohemio con lo salvaje: acantilados rojizos, la medialuna y la estrella talladas en las dunas, y la atmósfera libre que desde los años 60 le imprimieron al destino los cineastas de la Nouvelle Vague.



Si hablamos de pueblos que parecen ilustraciones, hay que mencionar Salento. En el corazón del Eje Cafetero colombiano, este destino destaca por sus miradores —el Alto de la Cruz o el Mirador de Salento—, con vistas que recuerdan a Trinidad, en Cuba. Todo es fotogénico: fachadas, tejados, puertas, balcones... El colorido inspira. Sobra decir que es visita obligada para los amantes del café.

Pero los planes se multiplican: el Valle del Cocora y sus palmas de cerca de 60 metros; caminatas por la Reserva La Patasola; rutas hacia el Parque Nacional de los Nevados para ver frailejones y páramos.

SALENTO, COLOMBIA



LAS TERRENAS, REPÚBLICA DOMINICANA

Las Terrenas es “la tierra prometida” de la península de Samaná, un equilibrio logrado entre pueblo de playa y destino cosmopolita. A diferencia de Punta Cana, en este lugar —que poco a poco se cuela en los mapas turísticos dominicanos— predominan la calma y la autenticidad. Conviven cocoteros infinitos, playas de agua turquesa como Cosón o Bonita y un ambiente multicultural.

Entre sus atractivos naturales destacan su flora y fauna, con aves locales, vegetación exuberante y, para completar la experiencia, deportes acuáticos y una gastronomía sorprendente.



COLÓN, ENTRE RÍOS, ARGENTINA

A medio camino entre Uruguay y Argentina se abre paso Colón, en la provincia de Entre Ríos. Su encanto mezcla naturaleza, historia y un ritmo agradablemente pueblerino. Para quienes la visitan en verano, el núcleo inevitable son sus playas e islas, mientras que las aguas termales son un atractivo todo el año, incluso más en invierno.

La experiencia se completa con rutas náuticas y senderos entre verdes intensos, como los del Parque Nacional El Palmar.



Para cerrar la ruta, Dominica: un paraíso volcánico donde el tiempo no parece pasar. Lo más espectacular de esta isla, situada entre Martinica y Guadalupe en el Caribe, son sus ríos caudalosos —más de 300—, su selva primaria y sus montañas cubiertas de niebla.

Tampoco pueden obviarse sus maravillas geotérmicas, de las más impresionantes de la región: fumarolas, arrecifes, cascadas humeantes y el famoso Boiling Lake, un lago en ebullición cuyo ascenso se considera una de las caminatas más intensas y bellas del Caribe.

DOMINICA:



Servicios Académicos

HOSPITAL CLINICO QUIRURG
HERMANOS AMEIJERAS



*El mundo te espera,
¡Qué esperas!*



La industria de cruceros en el siglo XXI: del crecimiento acelerado a la madurez consciente

TEXTO: MARÍA CARRASCO LLORIA
(Redacción Excelencias)
FOTOS: PIXABAY

Durante el primer cuarto del siglo XXI, la industria de cruceros ha protagonizado una de las transformaciones más profundas del turismo global. De un producto asociado al ocio estandarizado y al turismo de masas, ha evolucionado hacia un ecosistema complejo en el que convergen lujo, sostenibilidad, tecnología, impacto social y una redefinición constante del concepto de calidad.

Los últimos años marcan un punto de inflexión definitivo: 2024 se tradujo en el cierre de un ciclo histórico de crecimiento que refleja la recuperación pospandemia, mientras que 2025 marcó el inicio de una etapa de madurez estratégica.

EL FUTURO DEL SECTOR SE JUEGA MENOS EN LAS CIFRAS Y MÁS EN CÓMO CRECE, PARA QUIÉN Y CON QUÉ IMPACTO

DE LA EXPANSIÓN AL RÉCORD: UN SECTOR QUE NO DEJA DE CRECER

El crecimiento del crucero en el siglo XXI ha sido sostenido, pero también resiliente. Tras el impacto de la pandemia, 2024 se cerró como un año histórico para el sector, con 34,7 millones de pasajeros a nivel global, un 17 % más que en 2019, confirmando no solo la recuperación, sino la fortaleza estructural del modelo. Según datos de CLIA, el impacto económico global alcanzó los 156.000 millones de euros, generando 1,6 millones de empleos, cifras que consolidan al crucero

como uno de los motores turísticos más relevantes del mundo.

Esta recuperación no fue únicamente cuantitativa. El discurso del International Cruise Summit 2024, celebrado en Madrid, ya apuntaba a un cambio de enfoque: el crecimiento debía ser responsable, sostenible y alineado con las expectativas de un viajero cada vez más consciente del impacto de sus decisiones. En 2025, esta reflexión se convierte en eje central del debate.

Desde CLIA señalan que uno de cada tres turistas a nivel mundial ya ha realizado un



excelencia operativa, la respuesta se amplió hacia tres dimensiones clave: social, medioambiental y territorial.

Uno de los mensajes más contundentes fue la necesidad de mejorar la comunicación con las comunidades locales. La aceptación social del turismo de cruceros se ha convertido en un factor crítico y los expertos coincidieron en que no basta con reducir emisiones o mejorar infraestructuras: resulta imprescindible explicar, escuchar e integrar a la población local. La incorporación de perfiles como sociólogos en los equipos de planificación ya no se percibe como una opción, sino como una necesidad estratégica.

En paralelo, el impacto medioambiental continúa siendo uno de los grandes desafíos del sector. Desde la implementación de la normativa de reducción de emisiones en 2020, las emisiones de los barcos se han reducido hasta en un 85 %, y la electrificación de los puertos mediante suministro eléctrico desde tierra avanza como un paso clave hacia el objetivo de cero emisiones netas en 2050. No obstante, el consenso es claro: la industria puede estar satisfecha con los avances, pero nunca complaciente.

EL LUJO EN ALTA MAR COMO LABORATORIO DEL FUTURO

Si existe un segmento que ha liderado la transformación del crucero en el siglo XXI, ese es el lujo. En 2023, el mercado del crucero de lujo alcanzó los 21.730 millones de dólares, con una previsión de crecimiento anual compuesto del 8,5 % hasta 2033, triplicando el ritmo del resto de la industria.

En este contexto, el lujo deja de definirse por el tamaño del barco para centrarse en la intimidad, la personalización y la experiencia emocional. Conceptos como el black tie service, la atención puerta a puerta y los itinerarios a medida marcan un nuevo estándar. Referentes como Ritz-Carlton Yacht Collection, Silversea Cruises o Regent Seven Seas han consolidado un modelo en el que el crucero se asemeja más a un hotel boutique flotante que a un producto turístico convencional.

Bajo el concepto de "santuarios en el mar", la marca Aman at Sea refuerza la tendencia hacia la exclusividad absoluta, la privacidad y una experiencia profundamente individualizada, con una cuidada oferta gastronómica y espacios diseñados para el bienestar. Una línea que conecta con iniciativas como Silenseas de Orient Express, el mayor velero de lujo del mundo, que traslada al mar la narrativa histórica y aspiracional del icónico tren.

crucero y que, entre quienes aún no han vivido esta experiencia, el 68 % contempla hacerlo en el futuro. A ello se suma otro dato especialmente revelador: el 82 % de los cruceristas repite, lo que consolida a la industria como uno de los segmentos turísticos con mayor crecimiento y proyección para la próxima década.

En esta misma línea, la Asociación Internacional de Líneas de Cruceros estima que en 2028 hasta 48 millones de personas habrán viajado en crucero. Esta demanda sostenida se refleja en la evolución de la flota, con un incremento del 85 % en el número de barcos desde 2018.

Actualmente, 323 cruceros operan en 51 rutas oceánicas y 27 fluviales en todo el mundo, de los cuales 25 ya funcionan con sistemas de multicombustible, evidenciando el avance hacia modelos más eficientes y sostenibles.

¿QUÉ ES CALIDAD EN LA INDUSTRIA DE CRUCEROS?

Durante la 15.ª edición del International Cruise Summit 2025, la pregunta que articuló el debate fue tan sencilla como compleja: ¿qué es calidad en la industria del crucero? Lejos de limitarse al lujo o a la

EL SECTOR DEJA DE MEDIRSE SOLO POR VOLUMEN DE PASAJEROS Y SE EVALÚA POR SU IMPACTO, CALIDAD, INTEGRACIÓN TERRITORIAL Y CAPACIDAD DE GENERAR VALOR A LARGO PLAZO



Dentro de esta industria también tienen cabida los cruceros de pequeño formato, un segmento en auge que apuesta por la exclusividad y el control integral del producto. Variety Cruises, bajo el lema "Small is our luxury", opera embarcaciones de hasta 45 pasajeros, siguiendo una estrategia 360° que le permite gestionar de forma directa cada aspecto de la experiencia.

La naviera observa que el 48 % de sus clientes son nuevos cruceristas, un dato especialmente significativo, acompañado de un crecimiento del 170 % en las reservas directas, impulsadas por viajeros que buscan la marca de manera consciente. Su propuesta se articula en torno a destinos vírgenes o poco masificados, como islas griegas menos concurridas o la Polinesia Francesa, reforzando así un modelo de crucero íntimo, sostenible y altamente personalizado.

En esta misma línea, Miray Cruises pone el foco en el lujo asequible, con itinerarios de entre tres y cuatro días en destinos como Grecia, Turquía y el mar Negro, mientras Egipto consolida su crecimiento con propuestas de seis y siete días, adaptadas a un viajero que busca experiencias culturales intensas en formatos más accesibles y flexibles.

NUEVAS GEOGRAFÍAS, NUEVOS PÚBLICOS: EL PUERTO COMO DESTINO

La expansión del crucero en el siglo XXI también ha sido geográfica. La aparición de Aroya Cruises, la primera naviera árabe, simboliza la entrada de nuevas regiones en el mapa global del sector. En 2025, esta apuesta se consolidó con datos reveladores: una clientela joven, multigeneracional y con una media de edad de apenas 28 años, que rompe con el estereotipo tradicional del crucerista, cuya edad media se sitúa en torno a los 46,5 años.

Este fenómeno obliga a repensar tanto el producto como los destinos. Los puertos emergentes y secundarios encuentran en el crucero una oportunidad de desarrollo turístico, siempre que cumplan ciertos "no negociables": seguridad física y financiera, infraestructuras adecuadas y una oferta que refleje la autenticidad del destino. El puerto deja de ser un punto de paso para convertirse en una experiencia en sí mismo.

Uno de los cambios estructurales más relevantes que se consolidan en 2025 es el impacto del cambio climático en la operativa del sector. Las temperaturas extremas, que en algunos destinos superan los 45 °C en verano, están impulsando el auge del nightlife cruising: llegadas nocturnas, actividades vespertinas y una redistribución de los flujos turísticos.



Este fenómeno acelera el fin de la estacionalidad tradicional. Los destinos de verano pierden peso frente al crecimiento de experiencias invernales, obligando a ciudades y puertos a replantear sus estrategias. La actividad nocturna reduce la congestión diurna, pero también implica mayores costes de seguridad y gestión, como ya se observa en destinos como Palma de Mallorca.

REDES SOCIALES Y MARKETING COMO EL EJE DEL DESARROLLO DEL SIGLO XXI

El marketing del crucero ha cambiado radicalmente en las últimas dos décadas. El viaje comienza mucho antes del embarque y se construye a través de múltiples canales. Las redes sociales se consolidan como escaparate emocional, mientras que herramientas tradicionales como el email marketing —ahora enriquecido con vídeo— continúan demostrando su eficacia.

El destino se revela protagonista en un dato significativo de 2025, que ilustra este cambio: el 35 % de los viajeros a la Antártida nunca había realizado antes un crucero. El destino, y no el barco, se convierte en el detonante de la decisión. Para captar a estos nuevos públicos surgen formatos más flexibles, como los cruceros de corta duración (tres o cuatro noches), concebidos como puerta de entrada al producto.

La tecnología y la inteligencia artificial, ya presentes en el debate de 2024 bajo modelos como el Human in the Loop, pasan en 2025 a una fase de implementación real: puertos inteligentes, ciberseguridad, IoT y procesos cada vez más conectados que mejoran la eficiencia sin sustituir el factor humano.

LA INCLUSIÓN SOCIAL, PARTE ESENCIAL DE LA SOSTENIBILIDAD EN LA INDUSTRIA

La innovación en la industria de cruceros no siempre pasa por lo disruptivo. Lo más innovador no es necesariamente lo más comercial. Los viajeros continúan demandando experiencias clásicas, reinterpretadas con mayores niveles de personalización y conciencia sostenible.

En este sentido, iniciativas como Cruise Dialysis, presentadas en 2024, amplían el acceso al crucero a personas con necesidades médicas específicas, reforzando la idea de un producto más inclusivo y adaptable. La sostenibilidad, por su parte, se consolida como un pilar "anclado", apoyado en certificaciones, colaboración público-privada y tecnología accesible incluso para destinos de menor escala.

UN SECTOR QUE ENTRA EN SU MADUREZ

Si 2024 confirmó que la industria de cruceros había superado definitivamente la crisis pandémica, 2025 demostró que el verdadero desafío ya no es crecer, sino hacerlo con inteligencia, legitimidad social y visión a largo plazo. El crucero del siglo XXI deja de medirse solo en pasajeros para evaluarse en impacto, calidad y capacidad de integración territorial.

Lejos de agotarse, el sector entra en una fase de madurez consciente, en la que cada decisión —desde el diseño del barco hasta la hora de llegada a un puerto— forma parte de una estrategia global. El crucero ya no es solo un viaje: es un reflejo de cómo el turismo del futuro entiende el equilibrio entre experiencia, responsabilidad y progreso. ●



Tu puerta a las mejores **experiencias náuticas** en Cuba

Torneo Internacional de Pesca Jardines del Rey Big Game Trolling

La X Edición del Torneo Internacional de Pesca Deportiva "Jardines del Rey Big Game Trolling" se llevará a cabo del 5 al 10 de noviembre de 2026 en la Marina Turística de Cayo Guillermo, Cuba. Este evento anual invita a hombres y mujeres, profesionales o aficionados, a explorar las ricas aguas del Canal Viejo de las Bahamas, donde abundan especies como la Aguja de Abanico y el Peto. Con tripulaciones especializadas y yates equipados, los participantes competirán bajo las reglas de la IGFA, promoviendo la conservación marina mediante el sistema de marcar y soltar

Evento Internacional de Fotografía Subacuática "FOTOSUB 2026"

El Evento Internacional de Fotografía Subacuática "FOTOSUB 2026" se celebrará del 9 al 13 de noviembre de 2026 en el Centro Internacional de Buceo Faro Luna, Cienfuegos. Esta XV edición es competitiva y abierta, enfocándose en la captura de imágenes del mundo submarino. Los participantes podrán competir en cuatro categorías: ambiente, ambiente con modelo, fauna y macro. Se permite el uso de cámaras reflex, compactas y de acción. El evento promueve la conservación marina mientras destaca la belleza de la biodiversidad cubana

74ª Edición del Torneo Internacional de la Pesca de la Aguja Ernest Hemingway

Del 25 al 30 de mayo de 2026, la Marina Hemingway en La Habana, Cuba, será el escenario de la 74ª Edición del Torneo Internacional de la Pesca de la Aguja Ernest Hemingway. Este prestigioso evento, considerado uno de los más antiguos y reconocidos en el mundo de la pesca deportiva, reunirá a pescadores de diversas nacionalidades para competir bajo las reglas de la IGFA en un ambiente de camaradería y emoción. Los participantes disfrutarán de una experiencia única, además de la oportunidad de capturar especies emblemáticas como el pez aguja y el dorado

**¡NAVEGA, EXPLORA Y DISFRUTA
CON NOSOTROS!**

CONTACTOS:

+ (53) 2737912
+ (53) 2731867
+ (53) 59883491

✉ dircomercial@marlin.tur.cu
esp.comunicacion@marlin.tur.cu

📍 5ta Avenida y Calle 248, Playa.
La Habana. Cuba.

CIUDADES IBEROAMERICANAS

que se unen para promover su
gastronomía y **compartir experiencias**



TEXTO Y FOTOS: JORDI TRESSERRAS
(Consultor de la UNESCO y la Organización de Estados
Iberoamericanos en patrimonio cultural, economía creativa
y turismo sostenible)

LA RED DE CIUDADES
CREATIVAS DE LA UNESCO
Y LA RED DE CAPITALES
GASTRONÓMICAS
DE DÉLICE

▲ Vicente Lladró, propietario del restaurante El Avión, reconocido como el mejor chef de Castelldefels de 2025 por parte del Gremio de Hostelería.

Una estrategia gastronómica territorial sólida y duradera debe incorporar diversos elementos clave que aseguren su efectividad y sostenibilidad a largo plazo, como la identidad, la autenticidad, la diversidad de productos locales, las técnicas culinarias y las experiencias gastronómicas que reflejen la riqueza del territorio. Todo ello debe orientarse a promover la sostenibilidad y la resiliencia, así como a fomentar la participación de la comunidad y de los actores locales mediante el trabajo en red. Resulta igualmente fundamental impulsar la innovación e integrar la gastronomía en el plan de desarrollo de la ciudad junto con otras acciones culturales y turísticas, como festivales, talleres, rutas gastronómicas y eventos que estimulen el turismo y la economía local.

Nacida de la experiencia de la Alianza Global para la Diversidad Cultural, creada en 2002 por la UNESCO, la Red de Ciudades Creativas de la UNESCO (RCCU/UCCN) se originó en 2004 como una iniciativa destinada a impulsar la cooperación entre ciudades que utilizan la cultura y la creatividad como motores de desarrollo urbano sostenible. Esta red promueve el intercambio de experiencias y buenas prácticas, así como la generación de nuevas oportunidades en ámbitos como la literatura, la música, el cine, el diseño, la artesanía, las artes digitales y, en el caso que nos ocupa, la gastronomía, que cuenta con 66 ciudades designadas en esta categoría. En particular, fomenta el turismo creativo, dentro del cual



▲ Notificación por parte del equipo directivo de FITUR del reconocimiento a Castelldefels del premio al mejor stand sostenible de la edición de 2025.

LA RED DE CIUDADES CREATIVAS DE LA UNESCO Y DE CAPITALES GASTRONÓMICAS DE DÉLICE PROMUEVEN LA GASTRONOMÍA COMO EJE DE DESARROLLO URBANO, COOPERACIÓN INTERNACIONAL, INTERCAMBIO DE BUENAS PRÁCTICAS Y FORTALECIMIENTO DEL TURISMO CREATIVO Y GASTRONÓMICO



▲ Sello de calidad con el que se reconoce a los restaurantes adheridos al proyecto Arrós de Castelldefels promovido por el Gremio de Hostelería y el Ayuntamiento.



▲ Acto de presentación en octubre de 2023 del proyecto del arròs de Castelldefels en el Gran Hotel Rey Don Jaime

el turismo gastronómico presenta una de las mayores proyecciones de crecimiento.

Por otro lado, la red Délice se fundó en 2007 por iniciativa del Ayuntamiento de Lyon con el propósito de unir ciudades que consideran la gastronomía uno de sus ejes estratégicos para generar desarrollo urbano sostenible. La red se creó con el objetivo de fomentar la colaboración y el intercambio de conocimientos entre ciudades con una sólida tradición culinaria. Con el tiempo, ha evolucionado hasta convertirse en una alianza global de ciudades que, en 2024, pasó a denominarse The Food Capitals by Délice Network para reflejar su alcance internacional. Actualmente, cuenta con 26 ciudades miembros.

Iberoamérica cuenta con 21 ciudades que forman parte de la Red de Ciudades Creativas de la UNESCO en la categoría de gastronomía y con 11 ciudades reconocidas como Capitales Gastronómicas de la red Délice. Mérida (Yucatán, México) y San Antonio (Texas, Estados Unidos) participan en ambas redes. Asimismo, Cartagena de Indias (Bolívar, Colombia), Castelldefels (Cataluña, España) y Portoviejo (Manabí, Ecuador) aspiran a obtener este doble reconocimiento con el fin de generar mayores sinergias. Se trata de redes con objetivos diferenciados, pero claramente complementarios.

“CASTELLDEFELS, CAPITAL GASTRONÓMICA”: UN CASO DE BUENAS PRÁCTICAS

Castelldefels es una ciudad que cuenta con más de cien años de trayectoria como destino gastronómico. Su identidad culinaria está profundamente vinculada al territorio:



▲ UNESCO promueve también experiencias gastronómicas en el territorio y en el caso de Yucatán ha impulsado un catálogo donde se encuentra el proyecto "Tu Lu'umil Kool Tak Ta K'óoben" - La Cocina Interpretativa Transmisora del Legado Gastronómico y Patrimonial de Chichimilá que lidera Addi María Ay Ché y que valoriza la cocina tradicional maya yucateca con los productos de la milpa, los huertos y animales del traspatio, los solares con frutas y los acahuales donde cazan. La mila maya ha sido reconocida por la FAO como sistema importante del patrimonio agrícola mundial – SIPAM.

la playa de Castelldefels, un elemento singular de la Costa Central de Barcelona, donde faenan las embarcaciones que comercializan sus capturas en las lonjas de la Barceloneta y Vilanova; el macizo del Garraf, integrado en la red de Parques Naturales de la Diputación de Barcelona, con sus viñedos, almendros y algarrobos, su ganadería de cabras y ovejas, los caracoles de los márgenes de piedra seca, las colmenas que producen una miel excepcional y una gran variedad de plantas aromáticas;

así como las huertas y llanuras que conforman el Parc Agrari del Baix Llobregat, con productos singulares como las alcachofas, los espárragos, las calabazas, los melones y las sandías, y una importante producción avícola en la que destaca el pollo y el capón de raza Prat, conocido como pota blava, tradicionalmente presente en todo el llano del Llobregat.

Tras haber sido el club de playa de la Exposición Universal de Barcelona de 1929 y acoger diversos eventos deportivos, Castelldefels se consolidó como destino gastronómico mediante iniciativas de gran impacto, como la Mostra de Cuina (feria de cocina), la Mostra de Vins (feria de vinos locales), la Ruta de la Tapa y la Fira de Sant Ponç (dedicada a hierbas aromáticas y medicinales, miel y productos confitados). En 2022 dio un paso decisivo con la consolidación de un grupo de trabajo dentro del Gremio de Hostelería de Castelldefels y Baix Llobregat, que agrupa a más de 500 restaurantes, con el objetivo de fortalecer la identidad culinaria de la ciudad. En este proceso se identificó el arroz como el plato que mejor caracteriza a la población, con una media de unas 5.000 raciones servidas cada fin de semana.

El equipo seleccionó una receta común que actuara como emblema de la ciudad: el Arròs de Castelldefels. Con el apoyo de los historiadores Alfonso López Borgoñés, miembro del Grupo de Investigación Histórica de Castelldefels, y Jordi Tresserras, se partió de antiguas recetas de arroces tradicionales, como el arroz



▲ Summit de Food Capitals by Délice Network en Cali (Colombia)



▲ Presentación del libro *La Cuina de Castelldefels i les Costes de Garraf* en la sala noble del castillo de Castelldefels. Abril de 2025.

LA IDENTIFICACIÓN DEL ARROZ COMO PLATO EMBLEMÁTICO PERMITIÓ CREAR UNA RECETA COMÚN BASADA EN LA MEMORIA HISTÓRICA, LA INVESTIGACIÓN Y LA COLABORACIÓN ENTRE CHEFS, HISTORIADORES Y COMUNIDAD LOCAL

del terralló, elaborado durante trabajos comunales; los arroces a la cazuela (de barro o hierro colado), característicos de Catalunya; o la paella a la valenciana en la tradicional paellera de dos asas, documentada antes de 1859. Estas recetas forman parte de un estudio publicado en 2025 bajo el título *Cuina de Castelldefels i les Costes del Garraf. Receptes d'abans*, en el que colaboraron más de cien familias de la zona, poniendo en valor la cocina local como parte de la memoria social e histórica, con el objetivo de transmitirla y mantenerla viva.

A partir de este trabajo, los chefs crearon un plato distintivo que encapsula la esencia del mar, la montaña y la huerta que caracterizan a esta localidad mediterránea de la costa de Barcelona. Entre los profesionales participantes se encuentran Manuel A. Ortiz, del Restaurante Andalucía y presidente del Gremio; Sergi Cocera, del Grupo Lancaster; José Luis Polo, de CBC – Casanova Beach Club; Ángel Moya y Pedro Moya, de CheChe; Miguel Yepes, de The New Canasta; César Rodríguez, de Solraig; Octavi Torres, de Tiburón Beach Club,

ambos del grupo Tibu-ron; y Vicente Lladró, de El Avión. El proyecto contó además con el apoyo de Mingo Morilla, natural de Castelldefels, cocinero y propietario del restaurante Cal Mingo de Viladecans, presidente de la Federación Intercomarcal de Hostelería, Restauración y Turismo, y uno de los impulsores del proyecto *Sabors de l'Horta* (Sabores de la Huerta) del Parc Agrari del Baix Llobregat.

La receta es una armoniosa combinación de ingredientes que representan la geografía local: gamba y sepia de la Costa Central de Barcelona; cerdo y verduras del Parc Agrari del Baix Llobregat; arroz bomba del Delta del Ebro y un fumet cuidadosamente elaborado. Este “mar y montaña” se completa con un toque aromático de tomillo o romero del macizo del Garraf y con la experiencia culinaria acumulada durante décadas, siempre a partir de productos de primera calidad y de proximidad.

Para reforzar el proyecto, se creó un sello de calidad gastronómica que acredita a los restaurantes que elaboran este arroz. Se trata de una receta única, en la que cada chef

imprime su toque personal. Los establecimientos adheridos cuentan con un distintivo identificativo y, cada año, un comité supervisor —integrado por un miembro del Gremio, un o una chef de la ciudad y un representante del Ayuntamiento de Castelldefels— certifica tanto a los locales adheridos como a los nuevos candidatos, que deben cumplir requisitos relacionados con el rigor en la preparación de la receta, el respeto por la procedencia del producto, la tipología del local, el servicio y la presentación del plato.

En la edición de enero de 2025 de la Feria Internacional de Turismo (FITUR), celebrada anualmente en el recinto de IFEMA Madrid, Castelldefels presentó el proyecto con un stand propio. Se recreó un chiringuito o mendero de playa equipado con cocina para servir el arroz de Castelldefels, acompañado de explicaciones que destacaban el contexto histórico del relato y los elementos que diferenciaban y caracterizaban la iniciativa. Esta propuesta recibió el premio al mejor stand sostenible de FITUR por su ejemplo de reutilización inteligente de materiales sin necesidad de transformaciones complejas. En este contexto se establecieron contactos con ciudades miembros de Capitales Gastronómicas y de Ciudades Creativas de la UNESCO por la Gastronomía, lo que llevó a la decisión de optar por integrarse en ambas redes.

Se consolidó entonces un grupo de trabajo con representación de todos los grupos



▲ Demostración culinaria en el Summit de Food Capitals by Délice Network en Cali (Colombia)



▲ Asamblea Anual de la Red de Ciudades Creativas de la UNESCO por la Gastronomía en Mérida (Yucatán, México). Esta ciudad también es miembro de Food Capitals by Délice Network.

CASTELLDEFELS AVANZA HACIA SU INCORPORACIÓN A LA RED DE CIUDADES CREATIVAS DE LA UNESCO POR LA GASTRONOMÍA, CONSOLIDANDO LA GASTRONOMÍA COMO UNO DE LOS EJES ESTRATÉGICOS DE SU DESARROLLO

políticos del Ayuntamiento — un factor clave para situar la gastronomía como eje de desarrollo—, el Gremio de Hostelería, la Escuela de Hostelería, el Consell Comarcal del Baix Llobregat con el Parc Agrari como elemento estratégico, la Universitat Politècnica de Catalunya, que cuenta en Castelldefels con la sede de la Escuela de Ingeniería Agroalimentaria y de Biosistemas de Barcelona, así como expertos que asesoran el proyecto. Está previsto incorporar también al Parc del Garraf de la Red de Parques Naturales de la Diputación de Barcelona y al Grupo de Acción Local Pesquero Costa Central de Barcelona.

Entre los primeros logros destaca la incorporación a tres redes clave: el programa de turismo enogastronómico de la Agencia Catalana de Turismo (ACT), dependiente de la Conselleria de Empresa y Trabajo de la Generalitat, en el marco de la distinción Catalunya Regió Mundial de la Gastronomía 2025, impulsada junto a la Conselleria de Agricultura, Ganadería, Pesca y Alimentación, que ha reconocido a cinco res-

taurantes de Castelldefels con la marca de garantía Cuina Catalana; la Asociación Española de Destinos para la Promoción del Turismo Gastronómico, que agrupa a 25 destinos bajo la plataforma Saborea España / Tasting Spain; y la incorporación como nueva Capital Gastronómica de Food Capitals by Délice Network, lo que ha permitido establecer sinergias y proyectar un programa de cooperación internacional que se materializará con la celebración de la Summit de Capitales Gastronómicas en Castelldefels, entre el 18 y el 21 de mayo de 2026. Ha sido clave en este proceso la alianza con Barcelona, ciudad miembro fundadora de esta red, impulsada y coordinada por el Ayuntamiento de Lyon. Actualmente se está preparando el expediente para la incorporación a la Red de Ciudades Creativas de la UNESCO por la Gastronomía, un reto de gran envergadura.

Finalmente, cabe destacar que el interés del público no se limitó a degustar el arròs, sino que se extendió al deseo de conocer los productos y aprender a elaborarlo en casa.

Así nació la Experiència Arròs de Castelldefels, una propuesta gastronómica de kilómetro cero, con historia, identidad y arraigo territorial, que combina producto local, formación y turismo gastronómico. Gestionada desde la Escuela de Hostelería de Castelldefels, cuenta con el apoyo del Ayuntamiento, del Gremio y de Turisme del Baix Llobregat como entidad de promoción turística del territorio. La experiencia comienza en el Parc Agrari del Baix Llobregat, donde las personas participantes —comunidad local, grupos familiares y de amigos, empresas y turistas interesados en la gastronomía— recolectan verduras de temporada y descubren el valor del producto de proximidad y su vínculo con la cocina local. Posteriormente, la actividad continúa en la Escuela de Hostelería con un taller práctico del arròs de Castelldefels, guiado por un chef y con participación activa de los asistentes. La jornada concluye con la degustación de los arroces elaborados, acompañados de vinos del Garraf y el Penedès, en un espacio de disfrute y conexión con el territorio. ●

EXCELENCIAS

Gourmet

La Gastronomía
no solo se come
SE LEE

WWW.EXCELENCIASGOURMET.COM

Un periódico digital de gastronomía que informa con rigor y calidad sobre España y Latinoamérica. Noticias, vinos, chefs, recetas y tendencias para profesionales y amantes del buen comer en Iberoamérica.





Cómo comenzar el año con buenos hábitos

TEXTO: GABRIELA BIAGIO
(Bienestar & Wellness, delegada
de Turismo y Bienestar)
FOTOS: PEXELS

El bienestar se construye a partir de pequeños hábitos fáciles y sostenidos que, al integrarse en la vida diaria, transforman tu identidad y te acercan a tu mejor versión

El inicio del año siempre trae una energía renovada: deseos, promesas, metas. Sin embargo, la mayoría de las personas abandona sus propósitos antes de los 30 días. ¿La razón? Intentan cambiar su vida con fuerza de voluntad... en lugar de hacerlo con estrategia.

Hoy, desde mi mirada de bienestar y wellness, quiero compartirti una fusión entre los principios de Hábitos Atómicos, de James Clear —un método simple y transformador para crear hábitos duraderos— y los pilares de los hábitos saludables que sostienen una vida equilibrada, estética y emocionalmente plena. Entiende que no necesitas “motivación”, sino sistema. James Clear lo resume así: “No subís al nivel de tus metas, caés al nivel de tus sistemas”. Si quieres entrenar más, comer mejor o dormir mejor, necesitas un sistema simple y sostenible.

Ejemplo:

– *En lugar de proponerte “voy a entrenar una hora todos los días”, comienza con 10 minutos diarios.*

Esa constancia mínima pero diaria activa tu identidad: “Soy una persona que se cuida y cumple”. Empieza por hábitos pequeños y fáciles (la

regla del 1%). Un cambio del 1% parece insignificante... pero acumulado transforma tu vida.

¿QUIERES MEJORAR TU PIEL? ¿TU ENERGÍA? ¿TU BIENESTAR EMOCIONAL?

Todo comienza con microdecisiones. Ideas atómicas para bienestar: tomar 1 vaso de agua al despertar; hacer 5 minutos de respiración o estiramientos; limpiar tu rostro antes de dormir (aunque estés cansada); dejar el celular fuera del dormitorio. Son pequeñas acciones que, sostenidas en el tiempo, generaran resultados estéticos, hormonales y emocionales.

HACERLO FÁCIL: EL HÁBITO DEBE ESTAR AL ALCANCE DE TU MANO

Lo que es difícil, se abandona. Lo que es fácil, se repite. Aplicación wellness: ten tu botella de agua siempre llena y visible; prepara tus snacks saludables con anticipación; deja tus zapatillas de entrenamiento listas la noche anterior; ten tu skincare ordenado para una rutina de 3 pasos (no de 10).

LA FACILIDAD CREA ADHERENCIA

Diseña tu ambiente para impulsar tu identidad. El entorno te moldea. Si tu casa es caótica, te dispersas. Si tu heladera está llena de ultrapro-



PEQUEÑOS HÁBITOS CONSISTENTES (LA REGLA DEL 1%) GENERAN GRANDES TRANSFORMACIONES A LARGO PLAZO

el bienestar deja de ser un objetivo. Se convierte en tu identidad. Y ahí es donde floreces.

Comenzar el año con buenos hábitos no es un acto de fuerza: es un acto de amor propio. Es construir un sistema que te acompañe a crecer en salud, belleza, energía, enfoque y bienestar emocional. Mi invitación este año es simple: elige un hábito pequeño, sostenlo 21 días y deja que te transforme. Porque cuando cambias tus hábitos... tus hábitos cambian tu vida. ●

cesados, vas a elegir lo que ves. Transforma tu ambiente en un aliado: mesa de luz: libro, agua, crema... no el celular; cocina: frutas a la vista, verduras listas; baño: productos esenciales de cuidado diario.

TU ESPACIO PERSONAL: ORDEN, ARMONÍA, AROMA, LUZ

Un ambiente saludable es igual a una mente enfocada. Asocia el hábito nuevo a uno que ya haces (apilamiento). Una técnica poderosa de Hábitos Atómicos: "Después de _____, voy a _____."

Ejemplos:

Después de lavarme la cara aplico protector solar.

Después de preparar el café tomo mi suplemento.

Después de entrenar bebo mi batido proteico.

Después de llegar a casa pongo 10 minutos de orden.

Es simple y funciona.

ELEGÍ HÁBITOS QUE CUIDEN TU ENERGÍA, NO SOLO TU CUERPO

El bienestar se sostiene en cuatro ejes: cuerpo – mente – emoción – estética. Suma hábitos que equilibren tus sistemas: dormí 7–8 horas; mueve tu cuerpo todos los días (aunque sea suave); aliméntate con más proteína y menos azúcar; descansa digitalmente: 2 horas sin pantallas antes de dormir; cuida tu piel como parte de tu autoestima, no solo de tu

estética; mantén espacios sin drama: protege tu paz mental.

SON HÁBITOS QUE TE EMBELLEZCAN DESDE ADENTRO

Celebra los avances, aunque sean pequeños. Tu cerebro repite lo que le genera recompensa. Celebrar fortalece la identidad.

¿Tomaste agua todo el día? Bien.

¿Hiciste tu caminata de 15 minutos? Excelente.

¿No respondiste un mensaje que te desregula? Fuerte.

¿Elegiste comida real? Elegancia interna.

La celebración crea confianza.

IDENTIDAD: CONVERTIRTE EN LA MUJER QUE QUIERES SER

El verdadero cambio aparece cuando dejas de perseguir resultados y empiezas a actuar como la mujer que ya es disciplinada, cuidada, luminosa y enfocada. Pregúntate cada mañana: "¿Qué haría hoy mi versión más saludable?". Esa pregunta guía tu año entero.

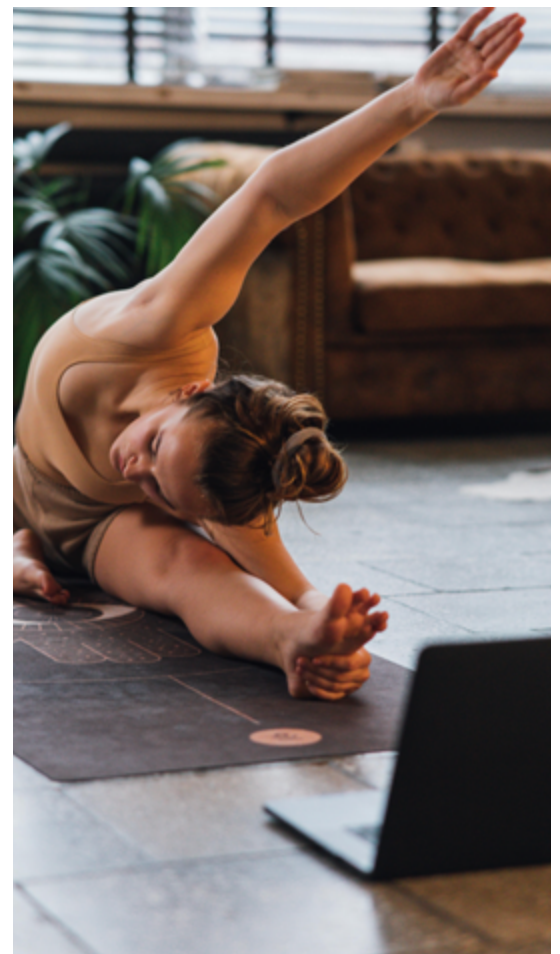
No busques perfección: busca consistencia. El bienestar es un camino, no una carrera.

Un día malo no destruye tu avance.

Lo que importa es volver al día siguiente, sin culpa. Recuerda: el progreso imperfecto es mejor que el plan perfecto nunca ejecutado.

CONVERTÍ TUS HÁBITOS EN TU ESTILO DE VIDA

Cuando la salud, el cuidado, el orden, la estética y la calma se vuelven parte de tu rutina...



El nuevo mapa del turismo: sostenibilidad, tecnología y experiencias que transforman la forma de viajar



TEXTO: JORGE COROMINA
(Redacción Excelencias)
FOTOS: PIXABAY

En la actualidad, el sector turístico atraviesa un punto de inflexión. Viajeros más informados y exigentes están impulsando un cambio estructural en la cadena de valor. La sostenibilidad, que durante años fue un concepto aspiracional, se ha convertido hoy en un criterio determinante. Hospedajes certificados, destinos que miden su huella de carbono y aerolíneas que invierten en combustible sostenible de aviación marcan la nueva hoja de ruta.

Los consumidores ya no se conforman con que un destino sea “bello” o un hotel “confortable”. Quieren saber si contribuye a la comunidad local, si reduce el desperdicio de agua y si protege su biodiversidad. La etiqueta de “eco-friendly” dejó de ser un diferencial de mercado para convertirse en un estándar.

Las grandes cadenas hoteleras están desarrollando políticas agresivas de reducción de plásticos de un solo uso, instalando sistemas de eficiencia energética y priorizando compras a proveedores locales. A la par,



EL TURISMO ATRAVIESA UNA TRANSFORMACIÓN MARCADA POR NUEVAS PRIORIDADES, MAYOR PERSONALIZACIÓN TECNOLÓGICA Y UN ENFOQUE AMBIENTAL QUE REPLANTEA NO ADÓNDE VIAJAMOS, SINO CÓMO LO HACEMOS Y EL IMPACTO QUE DEJAMOS

destinos turísticos —desde islas remotas hasta capitales cosmopolitas— adoptan estrategias para descongestionar temporadas altas, crear rutas de turismo rural y promover experiencias culturales que integran a las comunidades.

INTELIGENCIA ARTIFICIAL Y AUTOMATIZACIÓN: LA NUEVA FRONTERA DEL VIAJE PERSONALIZADO

La tecnología no solo acompaña al turismo; lo redefine. La inteligencia artificial se ha convertido en la herramienta más poderosa de

las nuevas estrategias de personalización. Plataformas de viajes, aerolíneas, hoteles y operadores utilizan sistemas predictivos que analizan hábitos de consumo para anticipar lo que el viajero desea incluso antes de que lo exprese.

Desde el primer clic para buscar un destino, la IA recomienda rutas óptimas, sugiere fechas con mejores precios, identifica preferencias gastronómicas e incluso ajusta itinerarios en tiempo real según el clima o el tráfico.

Para los hoteles, la automatización se traduce en procesos más ágiles: check-in sin contacto, llaves digitales en el smartphone y asistentes virtuales disponibles las 24 horas del día. Algunas aerolíneas

La inteligencia artificial no reemplaza la hospitalidad: libera tiempo para que el servicio sea más humano



prueban cabinas inteligentes con sistemas de reconocimiento facial para acelerar el embarque. La digitalización, lejos de deshumanizar el servicio, libera tiempo para lo que realmente importa: la hospitalidad.

El viaje del futuro combina eficiencia tecnológica con calidez humana. Y ese equilibrio empieza a ser la norma.

La tercera gran transformación del turismo está impulsada por un cambio emocional. El viajero contemporáneo —especialmente las generaciones millennial y centennial— prioriza experiencias sobre posesiones. Quiere aprender, conectar y sentir que su viaje tiene sentido.

Los destinos turísticos crean propuestas inmersivas que integran naturaleza, cultura local y bienestar: desde rutas gastronómicas con productores artesanales hasta retiros de desintoxicación digital. Las experiencias culturales auténticas, como cocinar con una familia local o participar en festividades tradicionales, crecen más rápido que los paquetes turísticos tradicionales.

El lujo ya no se mide necesariamente en estrellas, sino en acceso a lo intangible: exclusividad sin ostentación, privacidad sin aislamiento y contacto con la naturaleza sin sacrificar comodidad.

El turismo de bienestar y el de aventura continúan en expansión. Los viajes temáticos —como maratones en destinos icónicos, festivales de música internacional o rutas cinematográficas— demuestran que la motivación del viaje puede ser una pasión personal, no solo un lugar en el mapa.

UNA INDUSTRIA EN RECONSTRUCCIÓN PERMANENTE

La industria aprendió de los años recientes que la resiliencia

no es negociable. Los destinos se reinventan con estrategias que equilibran crecimiento económico con protección del patrimonio natural y cultural. La sostenibilidad ya no es solo ambiental: también es social y económica.

Además, el sector está migrando hacia un modelo más colaborativo. Empresas privadas, gobiernos y comunidades trabajan juntos para atraer visitantes sin comprometer los recursos que los hacen únicos. Esta visión integra conceptos como el turismo regenerativo, donde el viajero no solo evita causar daños, sino que contribuye activamente a mejorar su entorno.

Uno de los grandes desafíos es la gestión del sobreturismo. Ciudades como Barcelona, Ámsterdam o Venecia han comenzado a regular el flujo de visitantes, limitar

alojamientos temporales y diversificar actividades hacia barrios menos transitados, con el objetivo de proteger la calidad de vida de los residentes.

La pregunta que define el futuro del turismo no es cuántos turistas llegarán, sino qué tipo de turismo desean los destinos. Viajar con propósito —conscientes del impacto y de la experiencia— se consolida como el paradigma dominante.

La evolución del turismo refleja una verdad profunda: las personas ya no viajan para escapar de su vida, sino para enriquecerla. El sector que mejor entienda esta premisa marcará el ritmo de la próxima década. ●

LA SOSTENIBILIDAD DEJÓ DE SER TENDENCIA PARA CONVERTIRSE EN CONDICIÓN ESENCIAL DEL VIAJE MODERNO

GUANAJUATO: FE, HISTORIA Y PATRIMONIO QUE DAN VIDA AL TURISMO RELIGIOSO

Guanajuato se consolida como uno de los grandes referentes del turismo religioso en México, no solo por la profunda devoción que caracteriza a su población, sino por la riqueza histórica, artística y patrimonial que resguarda en sus templos, santuarios y rutas de peregrinación. En este contexto, el estado impulsa una propuesta inédita a nivel nacional: la “Ruta Cristo Rey y Santa María de Guadalupe”, un proyecto que articula fe, cultura y desarrollo turístico con visión internacional.

El turismo religioso es una de las expresiones más completas del turismo cultural, al integrar elementos espirituales con manifestaciones artísticas, históricas y patrimoniales. Guanajuato destaca de manera natural en este rubro: su pasado novohispano, el arte virreinal, la historia de la Independencia de México y la Resistencia Cristera forman parte de una identidad viva que se manifiesta en celebraciones, peregrinaciones y espacios sagrados que hoy atraen a visitantes nacionales e internacionales.

La Ruta Cristo Rey y Santa María de Guadalupe conecta municipios emblemáticos como Silao, Guanajuato Capital, Dolores Hidalgo y San Miguel de Allende, para culminar en la Basílica de Guadalu-

pe, el santuario mariano más visitado del mundo. Este recorrido —que suma más de 400 kilómetros— busca convertirse en un verdadero camino de peregrinación, enlazando sitios religiosos, patrimonio mundial y expresiones de devoción popular que definen el rostro espiritual de Guanajuato.

Uno de los pilares de esta ruta es Silao, corazón geográfico del estado y puerta de entrada internacional gracias al Aeropuerto del Bajío. Aquí se localiza el Santuario Votivo Nacional de Cristo Rey de la Paz, tercer santuario más visitado del país, con más de dos millones de visitantes al año. A ello se suma la Parroquia de Santiago Apóstol y una fuerte tradición de peregrinaje que se verá fortalecida rumbo al centenario de la Resistencia Cristera en 2026.

Guanajuato Capital, declarada Patrimonio Cultural de la Humanidad por la UNESCO, aporta templos icónicos como la Basílica Colegiata de Nuestra Señora de





Guanajuato, el Templo de la Compañía de Jesús y la Valenciana, además de celebraciones emblemáticas como la Procesión del Silencio, que conjugan espiritualidad y expresión artística.

Por su parte, Dolores Hidalgo, Cuna de la Independencia Nacional, integra la dimensión histórica al turismo religioso, mientras que San Miguel de Allende, también Patrimonio Mundial, destaca por joyas como la Parroquia de San Miguel Arcángel y el Santuario de Jesús Nazareno de Atotonilco, conocido como la “Capilla Sixtina Mexicana”.

Más allá de la fe, esta ruta representa una oportunidad estratégica de desarrollo económico, generación de empleo y profesionalización de servicios turísticos, alineada con la visión que el Gobierno del Estado de Guanajuato ha promovido en sus políticas de turismo cultural y patrimonial, tal como se refleja en los comunicados oficiales y boletines institucionales.

Así, Guanajuato reafirma que su riqueza espiritual no solo es herencia del pasado, sino una ruta viva hacia el futuro, donde la fe se convierte en motor de identidad, turismo y bienestar para sus comunidades. ●



DESCUBRIENDO EL AMAZONAS

TEXTO Y FOTOS: ENRIQUE MOLINA
(Periodista)

EL DESCUBRIMIENTO DEL AMAZONAS SIGUE
SIENDO UNA DE LAS GRANDES GESTAS
OLVIDADAS DE LA HISTORIA ESPAÑOLA

LA RUTA QUE DIO ORIGEN AL MAPA DEL AMAZONAS PUEDE RECORRERSE HOY CASI TAL CUAL LA VIVIÓ SU PROTAGONISTA EN 1542

Cuando esta revista esté en tus manos, faltarán apenas 15 días para conmemorar el 484.º aniversario del descubrimiento del río Amazonas. ¿Conmemorar? ¿Su descubridor fue español? Sí, de Trujillo (Cáceres). Sucedió un 12 de febrero de 1542. Sin embargo, habré preguntado a más de 400 personas en España —incluidas personas con título universitario— y apenas cuatro supieron su nombre. Ni en su pueblo natal se conmemora nada del descubridor de un ecosistema fundamental para la existencia de la humanidad; ni siquiera tiene calle en Madrid, Barcelona, Valencia o Sevilla... En cambio, sí se le recuerda en Iquitos (Perú).

En su pueblo natal tiene un cabezón enorme sobre una pilastra. Esculpieron a alguien de unos 60 años, aunque realizó el descubrimiento a los 31 y murió a los 34. Al menos acertaron en representarlo tuerto, consecuencia de un flechazo recibido en guerras formando parte de las huestes de sus parientes, los Pizarro. Es un personaje tan desconocido como fascinante; sin duda, su gesta está a la altura de la de Colón.

HACIENDO SU RUTA

¿A qué viene esto? Pues resulta que, al escribir estas líneas, me encuentro a mitad de la ruta que siguió el Descubridor. La comencé en Guayaquil (Ecuador), junto al océano Pacífico, y terminaré en la mismísima desembocadura del Amazonas, en el Atlántico. Tardaré en total cuatro meses, la mayoría por selva amazónica.

Sigo exactamente el itinerario marcado por el Padre Carvajal (Trujillo), uno de los 57 hombres que lo acompañaron en aquella inusitada aventura que cambió la historia de la humanidad. Su crónica se encuentra en la Biblioteca Nacional de España (Madrid).

Me permito algunas variaciones para enriquecer el libro de viajes que pretendo escribir. Estoy viviendo la ruta a mi manera, aunque basada en hechos históricos reales, como a veces anuncian en las películas.

Mi viaje abarca desde el Pacífico hasta el Atlántico. Voy solo, con dos cámaras, objetivos y trípode; regalos (navajas y abanicos); medicamentos (algunos para mí y la mayoría como ayuda); y botas de goma altas que pesan lo suyo (llueve mucho y una y otra vez toca atravesar buenos barrizales). Llevo poca ropa, aunque he tenido que incluir algunas prendas de abrigo porque tuve que cruzar los Andes, y llegaré a Madrid el 21 de enero de 2026.

Si logro llegar al final y escribir el libro, mi deseo es conseguir que el lector sienta que me acompaña. Tal vez alguien se anime a realizar la ruta —el libro le ayudará— entera o en parte, y así viviría su propio descubrimiento del Amazonas. Justamente estas letras las escribo desde el pueblecito situado frente al punto donde se realizó el citado Descubrimiento. Aquí existe un grandioso monumento, inaugurado por el presidente del Perú un 12 de febrero con motivo del IV Centenario del Descubrimiento. Monumen-

to que los peruanos mantienen medio abandonado, con una gran desidia por parte de sus autoridades, a pesar de mis reiteradas peticiones para que lo restauren como el hito único en el mundo que es.

He dedicado mucho tiempo de preparación a este proyecto y cuatro meses de viaje por cuenta propia. He necesitado —y agradezco— la colaboración de algunas empresas y organismos oficiales para afrontar este empeño.

Ya sé que no he dicho el nombre del Descubridor. ¿Lo sabes? Difundir su figura es uno de mis objetivos para remediar humildemente tan gran injusticia histórica. Fue un personaje portador de valores significativos del papel de España en América —con sus aciertos y fallos—, pero con una grandeza de miras muy superior a la de cualquier otro imperio de esa época y posteriores. La leyenda negra de España no es tal: su legado resplandece si se compara globalmente con las colonizaciones inglesa, portuguesa, alemana, belga, etc. ●

LA CRÓNICA ORIGINAL DEL DESCUBRIMIENTO DEL AMAZONAS SE CONSERVA EN LA BIBLIOTECA NACIONAL DE ESPAÑA, PERO SU PROTAGONISTA PERMANECE INVISIBLE EN SU PROPIO PAÍS



Iberoamérica en movimiento: rutas de naturaleza, patrimonio y sabor

TEXTO: GABRIELA SÁNCHEZ (Redacción Excelencias) FOTOS: PEXELS, WIKIMEDIA COMMONS

Iberoamérica tiene el don no solo de unir dos continentes, sino también de narrar su diversidad cultural a través de una geografía llena de contrastes, marcada por la riqueza natural, la historia, el patrimonio e incluso los sabores. Pero, claro, recorrer 20 millones de kilómetros no es tarea sencilla. Por eso, en gran medida, la alternativa para descubrir la región es hacerlo a través de sus rutas más emblemáticas.

Desde la Ruta Patrimonial de Quito, la de los Andes, los Pueblos Blancos de Andalucía y el Camino Inca hacia Machu Picchu, hasta la Ruta del Tabaco o la del Café, se dibuja un mapa diverso y apasionante que une a Sudamérica, Centroamérica y la Península Ibérica, donde paisaje y tradiciones se entrelazan.

RUTA PATRIMONIAL DE QUITO: LA MITAD DEL MUNDO CONTADA EN ARQUITECTURA Y SABOR

La capital de Ecuador, Quito, deviene un buen punto de partida para un viaje de historia y cultura. Esta ciudad, declarada Patrimonio Cultural de la Humanidad por la UNESCO, abraza al viajero con paisajes urbanos que sorprenden por poseer una de las arquitecturas coloniales mejor conservadas de América Latina: su Centro Histórico.

Allí se despliegan joyas barrocas como la Iglesia de la Compañía de Jesús o el Monasterio de San Francisco; la Basílica del Voto Nacional; el Museo de la Ciudad; calles tan emblemáticas como La Ronda; y plazas de profundas tradiciones como Santo Domingo. A ello se suma la gastronomía quiteña, que ofrece un viaje propio a través del paladar con locros cremosos, platos de mote o helados de paila.



RUTA DE LOS ANDES: UN MULTIDESTINO DE ALTURA

Bolivia, Colombia, Ecuador y Perú comparten uno de los sistemas montañosos más impresionantes del mundo: la Cordillera de los Andes, que, más allá de las divisiones político-administrativas, constituye un destino en sí misma. De este principio surge el proyecto Caminos Andinos, una iniciativa bajo el concepto de multidestino que recorre valles, selvas, mesetas altiplánicas y pueblos originarios donde se preservan idiomas, técnicas artesanales y prácticas agrícolas desde tiempos precolombinos.

El itinerario, compuesto por 16 caminos que abarcan 42 destinos, conduce desde los paisajes lunares del altiplano boliviano hasta los bosques húmedos colombianos; desde los volcanes ecuatorianos hasta los valles sagrados del Perú.



RUTA DE LOS PUEBLOS BLANCOS: EL VIAJE ANDALUZ POR CASITAS ENCALADAS

Entre Cádiz y Málaga, en el sur de España, los Pueblos Blancos conforman una de las rutas más fotogénicas del Mediterráneo. ¿Cómo resistirse a tanta armonía cromática y simetría? Casas encaladas pintadas completamente de blanco, callejones empinados, macetas llenas de flores y castillos árabes que coronan colinas.

En la provincia de Málaga, las paradas obligatorias incluyen Frigiliana; Casares, custodiado por un castillo imponente; y Ronda, cuyo Puente Nuevo inspiró a Hemingway y a Rilke, quienes lo inmortalizaron como un paisaje dramático y soñado. Cádiz, por su parte, extiende la ruta por 19 localidades, entre ellas Arcos de la Frontera; Setenil de las Bodegas; Grazalema; o Zahara de la Sierra, reconocida por sus parques naturales repletos de cañones, miradores y senderos ideales para el turismo activo.

CAMINO INCA A MACHU PICCHU: LA RUTA SAGRADA DEL IMPERIO

Visitar Machu Picchu siempre es una experiencia memorable, pero hacerlo a través del Camino Inca es sencillamente extraordinario. Probablemente no sea la vía más fácil, pero sí una de las diez caminatas más hermosas del mundo. Se trata de un sendero milenario que recorre 43 kilómetros de la red del Qhapaq Ñan, que unía los territorios del antiguo Imperio Inca desde Colombia hasta Argentina.

El esfuerzo es considerable. El camino atraviesa pasos elevados como el desafiante Abra Warmiwañusqa o Paso de la Mujer Muerta; bosques de niebla; terrazas agrícolas; y ruinas como Sayacmarca, Runkurakay o Wiñaywayna. Son cuatro días de marcha hasta llegar a la Puerta del Sol, punto desde el cual se revela esta maravilla del mundo moderno.



RUTA DEL TABACO: LA CUNA DEL MEJOR HABANO

Si hay un lugar imprescindible para los amantes del tabaco, es el extremo occidental de Cuba: Pinar del Río, y en particular el municipio de Vuelta Abajo, origen de los ingredientes de marcas legendarias como Cohíba, Partagás o H. Upmann.

La Ruta del Tabaco traza un recorrido que acerca al viajero al arte de sembrar, cosechar, fermentar y torcer las hojas que dan vida a los mejores habanos del mundo. Porque, en Cuba, el tabaco es identidad, destreza artesanal y orgullo nacional. El itinerario incluye plantaciones tradicionales como la Casa del Veguero, secaderos, fábricas históricas como la Francisco Donatien y el Valle de Viñales, un escenario rural de mogotes declarado Patrimonio de la Humanidad.

RUTA DEL CAFÉ EN EL SALVADOR: CAFETALES CON AROMA DE VOLCÁN

Entre las maravillas gastronómicas de El Salvador destaca su profunda tradición cafetalera, convertida en una experiencia turística imprescindible. La ruta conocida como el Sendero de los Volcanes y Cafetales combina naturaleza en estado puro, historia agrícola y el aroma profundo del café arábica cultivado aquí desde el siglo XV.

Invita a recorrer fincas de la Cordillera Apaneca-Ilamatepec, bosques nebulosos, miradores naturales y pueblos como Juayúa, Nahuizalco o Concepción de Ataco, así como Izalco, la llamada "Ciudad del Café", donde los cafetales conviven con el volcán activo más joven del mundo. La experiencia permite apreciar todo el proceso: desde la siembra y la cosecha hasta la molienda, el secado y la cata. Asimismo, propone caminatas por volcanes como Santa Ana o el Boquerón.



Cuando los Reyes Católicos llegaron a las inmediaciones de Santiago de Compostela, a finales del siglo XV, pudieron contemplar una ciudad amurallada con numerosas puertas de acceso y, sobresaliendo por encima de todo, la catedral del Apóstol. Mayor aún era el placer del romero que divisaba la torre de la catedral gótica desde el monte do Gozo.

Santiago era una ciudad amurallada, de forma casi circular, con una distribución medieval de calles que no guardaban proporción ni paralelismo alguno. La vida transcurría en las calles; las casas eran lóbregas y frías, sin comodidad alguna, salvo la chimenea de la cocina para preparar un caldo caliente que reconfortase la humedad acumulada durante el día y ayudase al sueño nocturno en un catre cercano. Las calles eran de tierra, de modo que las lloviznas continuas las mantenían enlodadas y resbaladizas; abundaban las caídas en el barro, especialmente entre los foráneos que venían a rendir pleitesía al Apóstol, mientras que los vecinos tenían experiencia ancestral para transitar por esos lodos. A ello no ayudaban las costumbres medievales de arrojar fuera de la vivienda todo lo que estorbaba, por lo que la humedad y los desperdicios producían malos olores — lo de menos —, pero sobre todo pestes y enfermedades.

Cuando el peregrino atravesaba las huertas y ricas tierras de labor que rodeaban la ciudad y entraba por una



SANTIAGO DE COMPOSTELA A LOS OJOS DE LOS REYES CATÓLICOS

TEXTO Y FOTOS: ENRIQUE LILLO
(Comendador de la Orden en Castilla La Mancha)

LA LLEGADA DE LOS REYES CATÓLICOS A SANTIAGO DE COMPOSTELA A FINALES DEL SIGLO XV MARCÓ UN PUNTO DECISIVO EN LA TRANSFORMACIÓN DE LA CIUDAD, AL IMPULSAR MEJORAS URBANAS Y LA CONSTRUCCIÓN DE UN GRAN HOSPITAL QUE ELEVÓ LA ACOGIDA Y EL CUIDADO DE LOS PEREGRINOS DEL CAMINO DE SANTIAGO



de sus puertas, encontraba una urbe bulliciosa donde se mezclaban vecinos y gentes de todas las nacionalidades, pero también una ciudad pestilente donde mal se podía vivir.

El desasosiego de los dignatarios de la catedral —el deán y el cabildo—, siempre preocupados por los peregrinos y deseos de ofrecer lo mejor de la hospitalidad de Galicia, los llevó a reclamar a la máxima autoridad de los Reyes Católicos licencia para comenzar a empedrar las calles, evitando así los lodos y la basura que se acumulaba en ellas. De este modo convertirían a Santiago en una de las principales ciudades de peregrinación del mundo cristiano, y gracias a esa iniciativa hoy podemos pasear por calles limpias y empedradas con grandes losas.

Durante las tres semanas de estancia en Santiago hubo numerosas ocasiones para la solemnidad litúrgica. En ese periodo coincidieron varias fechas señaladas: el 21 de septiembre, día de San Mateo, se celebró una misa solemne en la que actuó la capilla real con sus cantos. Terminados los actos litúrgicos, la reina, ya en su palacio, repartió un real a cada romero —105 en total— y dio numerosas limosnas tanto a los habitantes de la ciudad como a los foráneos en peregrinación.

La catedral de Santiago permaneció abierta día y noche a lo largo de siglos, pues hasta 1520 no se colocaron puertas. Los romeros se refugiaban en su interior y los cultos se celebraban de manera continua: rezos, cantos, confesiones, sermones y procesiones de penitencia.

Los reyes, sus hijos y su comitiva velaron buena parte de la noche orando dentro de la basílica, junto al sepulcro del Apóstol, dentro del famoso “coro pétreo”, separado del resto del templo por una reja. Al otro lado de ella se agolpaban los romeros, y alguno se atrevió a pedir a la infanta Isabel alguna limosna. La reina lo advirtió y ordenó al limosnero entregar un real y medio a cada uno de aquellos peregrinos.

Algunos soldados y criados del conde de Escalas, Lord Scales —que acababan de servir al rey en la conquista de Loja—, peregrinaron junto a la comitiva real. Se entregaron diez florines de limosna al criado de cámara del rey de Inglaterra, Guillermo Marstum, a quien se le había muerto el caballo en el camino hacia Santiago. Desde La Coruña partieron luego hacia Inglaterra en barco, y la reina les entregó algunos florines de oro para sufragar el pasaje.

Uno de los caballeros de Lord Scales, Pedro de Alimanc, fue hecho prisionero en la batalla de Loja, vendido como esclavo y llevado al mercado de Fez. Allí llegó a enamorarse y convertir al cristianismo a la hija de su amo, con quien huyó hasta Córdoba. Llegaron en 1490, y la reina Isabel fue madrina tanto del bautismo de la joven mora como del casamiento celebrado en la capilla real.

Una importante circunstancia se reveló en el viaje: la reina observó que el Camino de Santiago carecía de suficientes albergues y hospitales para peregrinos. Aunque los romeros llegaban por múltiples rutas, no solo por el Camino Francés, todos padecían las mismas carencias. En los territorios de la Orden de Santiago —La Mancha, Campo de Montiel, Sierra de Segura y Provincia de León— se comenzaron entonces a construir hospitales para pobres y peregrinos.

En Compostela existían desde hacía siglos instituciones hospitalarias en conventos, monasterios e iglesias, pero se habían quedado anticuadas e insuficientes ante el incremento de peregrinos. Por ello, la atención principal se centró en la construcción de un amplio y moderno hospital que unificara todos los existentes en la ciudad y contara con una gran dotación de medios.

Los reyes concibieron este hospital como una forma de ejercer una de sus grandes obligaciones: la caridad cristiana hacia un amplio

sector de la población española y europea. Una de las obras de misericordia es dar posada al peregrino y atender a los enfermos. No era el mejor momento —pues la guerra de Granada exigía muchos recursos—, pero acometieron la empresa por considerarla una necesidad.

Las obras comenzaron en 1492, pero dificultades económicas retrasaron su avance hasta 1499, cuando una cédula del 3 de mayo aseguró la construcción del hospital para atender a los peregrinos pobres y enfermos. El arquitecto fue el célebre Enrique Egas, quien concibió un edificio en forma de T, un avance respecto al modelo tradicional de cruz griega. Se construirían dos claustros, uno para hombres y otro para mujeres; los otros dos que pueden verse hoy no figuraban en el proyecto original. Detrás del ábside de la iglesia se dispuso una gran huerta para obtener provisiones.

Los reyes siguieron muy de cerca el proyecto. Entre otras decisiones, ordenaron que los tejados estuviesen forrados de cal y betún para evitar las humedades del clima gallego y que las juntas de las ventanas tuvieran cierres perfectos para impedir la entrada de viento y frío. Cada patio tendría su propia fuente con agua abundante, un lujo para la época.

En la fachada se colocó la dedicatoria redactada por el gran deán Diego de Muros:

- Los magnánimos reyes Fernando e Isabel.
- Lo mandaron a construir para los peregrinos de Santiago.
- Comenzó la obra en el año de la salvación de 1501.
- Diez años más tarde quedó terminada.

Hoy día, además de Parador Nacional, es la sede de la Orden del Camino de Santiago, donde se celebra el Capítulo General de la Orden que, en un acto solemne, nombra a las damas y caballeros el fin de semana anterior a la fiesta del Apóstol. ●



Como los diamantes, la excelencia se pule con el tiempo



Desde hace 21 años, los Premios Excelencias no se limitan a entregar galardones: construyen un relato sobre la evolución del turismo, la cultura y la gastronomía en Iberoamérica y el Caribe. Un relato que se ha ido transformando con el tiempo, incorporando nuevas prioridades y reflejando los grandes cambios de los sectores y de la sociedad.

No es casual que el símbolo de estos premios sea hoy un diamante. La pieza que se entrega —un diamante en distintos colores— representa una idea esencial: la excelencia no es única ni homogénea. Tiene múltiples facetas, se manifiesta de formas diversas y exige tiempo, rigor y compromiso para ser reconocida. Como los proyectos, territorios y personas que reciben este galardón. El diamante no habla solo de prestigio, sino de reconocimiento: del valor real que perdura, resiste y deja huella.

“EL VERDADERO RECONOCIMIENTO ES AQUEL QUE PERMANECE CUANDO PASA EL APLAUSO.”

Los Premios Excelencias nacieron en 2005, impulsados por Grupo Excelencias, con un objetivo claro: fomentar la excelencia en todos los ámbitos vinculados al turismo, la cultura y la gastronomía. Desde entonces, se han consolidado como un referen-

LOS PREMIOS EXCELENCIAS NO SOLO RECONOCEN PROYECTOS: MUESTRAN CÓMO EL TURISMO Y LA GASTRONOMÍA HAN EVOLUCIONADO HACIA MODELOS MÁS HUMANOS, SOSTENIBLES Y COMPROMETIDOS





te para quienes trabajan con vocación, profesionalidad y una firme voluntad de mejora continua.

LAS NUEVAS FACETAS DE LA EXCELENCIA

En sus primeras ediciones, los Premios Excelencias reconocían especialmente la consolidación de destinos, la profesionalización del sector y la puesta en valor del patrimonio. Con el paso de los años, la tipología de los proyectos ha evolucionado de forma natural. Hoy, la sostenibilidad, la innovación tecnológica, la accesibilidad, la inclusión social y la mejora del bienestar de las personas ocupan un lugar central.

Porque la sostenibilidad, tal y como la entienden los Premios Excelencias, no es solo medioambiental. Es una sostenibilidad que sostiene personas: genera empleo, refuerza comunidades, preserva identidades y proyecta futuro. Cada faceta del diamante simboliza esa capacidad de los proyectos excelentes para adaptarse, resistir y brillar sin perder su esencia.

“LA EXCELENCIA NO SE IMPROVISA: SE CONSTRUYE CON COHERENCIA, COMPROMISO Y UNA VISIÓN QUE PONE A LAS PERSONAS EN EL CENTRO”



DURANTE 21 AÑOS, LA EXCELENCIA HA PASADO DE MEDIR RESULTADOS A PONER EN EL CENTRO EL BIENESTAR DE LAS PERSONAS, LOS TERRITORIOS Y SU IDENTIDAD CULTURAL

GASTRONOMÍA: IDENTIDAD, CULTURA Y FELICIDAD

En esta evolución, la gastronomía ha adquirido un protagonismo propio hasta convertirse en uno de los pilares fundamentales de los premios. Los Premios Excelencias Gourmet nacieron con la vocación de difundir y promover la cultura gastronómica iberoamericana desde una mirada rigurosa, accesible y cultural, entendiendo la gastronomía no solo como cocina, sino como identidad, territorio, producto, personas y saber hacer.

Los Personajes Excelencias Gourmet reconocen la excelencia en la cocina, el servicio del vino y el trabajo en sala —pilares esenciales de la hospitalidad—; la repostería, ese momento dulce que permanece en la memoria; la coctelería, cada vez más protagonista en el menú líquido; y la comunicación gastronómica, clave para educar, transmitir y conectar la gastronomía con la sociedad. Porque la excelencia, también en gastronomía, no es un gesto puntual, sino una forma de entender y vivir la profesión.

CUBA: LA EXCELENCIA COMO COMPROMISO SOCIAL

En 2012 nacieron los Premios Excelencias Cuba, con una identidad propia y un objetivo muy claro: homenajear a quienes desarrollan proyectos de impacto social en el país. Estos galardones reconocen iniciativas en ámbitos como el turismo, la cultura, la gastronomía, el emprendimiento, el motor y la sostenibilidad, poniendo el acento en la capacidad de la excelencia para transformar realidades y mejorar la vida de las personas.

**“LA EXCELENCIA NO
CONSISTE EN HACER COSAS
EXTRAORDINARIAS, SINO EN
HACER EXTRAORDINARIAMENTE
BIEN LO QUE ES ORDINARIO”**



Los Premios Excelencias Cuba representan una de las expresiones más claras del espíritu del grupo: premiar proyectos que, más allá de los resultados económicos, generan valor social, cohesión y oportunidades, contribuyendo al desarrollo del país desde una mirada comprometida y humana.

MÉXICO: IDENTIDAD, TERRITORIO Y PROYECCIÓN INTERNACIONAL

Desde 2023, Grupo Excelencias refuerza su apuesta por la divulgación internacional y la comunicación creando los Premios Mágicos por Excelencias, centrados en los Pueblos Mágicos de México. Estos premios reconocen proyectos en categorías como naturaleza, sostenibilidad, gastronomía, religión, enología, paleontología, cultura y patrimonio, visibilizando la riqueza, diversidad y singularidad de los 132 Pueblos Mágicos.

A esta iniciativa se suma el Premio Ciudad de Excelencias, que distingue a proyectos presentados por ciudades mexicanas declaradas Patrimonio de la Humanidad. El

jurado valora aquellas propuestas capaces de integrar varias de estas categorías en una visión coherente de desarrollo, identidad y futuro, reforzando el papel de México como referente cultural y turístico a escala internacional.

MEMORIA, LEGADO Y FUTURO

El simbolismo del diamante se completa con los Premios Excelencias In Memoriam, que mantienen vivo el legado de figuras clave del turismo y la gastronomía. Estos reconocimientos honran trayectorias que han dejado una huella profunda y cuyos valores siguen iluminando el camino del sector, recordando que la excelencia auténtica trasciende el tiempo.

Veintiún años después, los Premios Excelencias siguen fieles a su esencia: premiar y difundir la excelencia allí donde se manifieste. Porque, como el diamante que los representa, la verdadera excelencia no se mide por su brillo inmediato, sino por su capacidad de resistir, reflejar valores y seguir aportando sentido y futuro a los sectores que nos definen. ●

CUBASOL

GRUPO
RECREACIÓN Y OCIO

CALENDARIO EVENTOS 2026



Del 14 al 16 de abril
TIENDA LA TRIADA

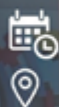


Del 25 al 30 de mayo
MARINA HEMINGWAY

CENTRO DE CONVENCIONES
PLAZA AMERICA

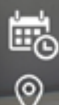


Del 9 al 12 de
septiembre
PLAZA AMÉRICA



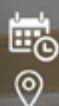
Del 5 al 9 de
octubre
CASA DEL HABANO
HOTEL HABANA LIBRE

Del 21 al 24 de
octubre
VARADERO GOLF CLUB



Del 20 al 22 de
octubre
JARDINES DEL REY

Del 5 al 10 de
noviembre
JARDINES DEL REY



Del 9 al 13 de
noviembre
CIB FARO DE LUNA
CIENFUEGOS

Del 16 al 20 de
noviembre
CASA DEL HABANO
PARTAGÁS





Informaté



Turismo, Eventos, Destinos, Economía, Culturales...



Amistur celebra su 30 aniversario.

Desde hace tres décadas, Amistur es una puerta de entrada a experiencias auténticas en Cuba. Como agencia receptora de turismo especializado, adscrita al Instituto Cubano de Amistad con los Pueblos (ICAP), ha construido una forma de viajar que trasciende lo convencional y apuesta por el intercambio cultural, la solidaridad y las conexiones genuinas.

Cada programa se diseña a la medida, en diálogo con los intereses de cada grupo de viajeros, para descubrir el país desde perspectivas reales y cercanas. Los recorridos incluyen encuentros con especialistas cubanos de reconocida trayectoria, visitas a centros de educación, salud, biotecnología y agricultura sostenible, así como intercambios con organizaciones sociales y comunidades locales.

Enero marca la celebración de estos 30 años de operaciones. Un aniversario para mirar atrás con orgullo y hacia adelante con entusiasmo, reafirmando un compromiso: seguir invitando a conocer Cuba desde el corazón de la amistad. Gracias por confiar, por acompañarnos y por ser parte de este viaje.



Viaja
DESCUBRE
conecta

30
años

*La esencia de
Cuba entregada
con Excelencia*



El Sello **EXCELENCIAS**



Hostales Exclusivos



Paladares Únicas



Guías Especializados



Transporte Confiable



Experiencias Culturales

**MÁS QUE UN VIAJE, UNA
INMERSIÓN CULTURAL**

*¿Listo para diseñar la Cuba perfecta
para sus clientes?*

Contáctenos para un presupuesto personalizado y propuesta de colaboración:



dir.cuba@excelenciatravel.com



+53 52803445



www.excelenciatravel.com

ARCHIPELAGO

HOTELS · RESORTS · SOLUTIONS

EL PLAN DE EXPANSIÓN MÁS AMBICIOSO DE LAS AMÉRICAS

Somos el grupo de gestión hotelera privada más grande del Sudeste Asiático, impulsando en Las Américas un pipeline robusto y diversificado de proyectos hoteleros y residenciales de alto impacto, respaldado por un modelo operativo probado, soluciones integrales y tecnología de vanguardia, creando propuestas a la medida que generan valor para propietarios, desarrolladores y socios estratégicos.

Próximas Aperturas



USD \$6,000 MILLONES
de activos bajo gestión



SENTECH PMS
+50 hoteles



Top 40
grupos hoteleros a nivel
mundial



+6 millones
miembros



+25 años de Innovación
y Liderazgo Industrial



+20,000
miembros del equipo



+200 destinos en
15 países



13
marcas premiadas



+350 propiedades en
operación
+ pipeline de 80



+45,000 habitaciones
+ Pipeline de 16,000



Presencia en
5 continentes

archipelagohotels.com