

# EXCELENCIAS

No. 206 / 2023  
MENSUAL

*Turísticas del Caribe & Las Américas*

[www.revistasexcelencias.com](http://www.revistasexcelencias.com)



## TURISMO SOSTENIBLE

**El Caribe debe  
liderar el desarrollo**

## CENTROAMÉRICA GLOBAL

**La unificación turística**

## CIUDAD MITAD DEL MUNDO

**Del mito a la experiencia  
en Ecuador**





# TODAS LAS REVISTAS EN SU SITIO

[www.revistasexcelencias.com](http://www.revistasexcelencias.com)



Disfruta de la edición digital de Revistas Excelencias.  
Turismo, Gastronomía, Arte y Motor. ¿Viajamos juntos a  
través de la lectura online? Descubre en un clic

**100% GRATIS!**



www.caribbeannewsdigital.com



## El Periódico Turístico Internacional Líder en el Caribe y América Latina



*La plataforma ideal para la promoción de sus productos y servicios*

**SUSCRÍBASE AHORA. ¡GRATIS!**



- 379 000 suscriptores, de lunes a viernes.
- 1 860 000 impactos informativos semanales.
- Cobertura directa a las 60 Ferias Turísticas anuales más importantes del mundo.
- Media Partner de las ferias internacionales de turismo más importantes, como WTM, FITUR, ITB, MITT, IPW, MITM Americas, entre otras.
- Presencia directa en congresos y eventos de Turismo de Negocios, Salud, Termalismo, Hostelería, Gastronomía y LGTB, entre otros.
- Interacción permanente con sus lectores en Facebook y Twitter.

**Caribbean News Digital** en español se extiende al resto del mundo con ediciones en Inglés, Alemán, Portugués y Ruso, que se distribuyen como Newsletter y tienen su propio sitio web. Además se complementa con la edición especial **Excelencias News Cuba** y **Excelencias News Panamá**.

Búsquenos en:



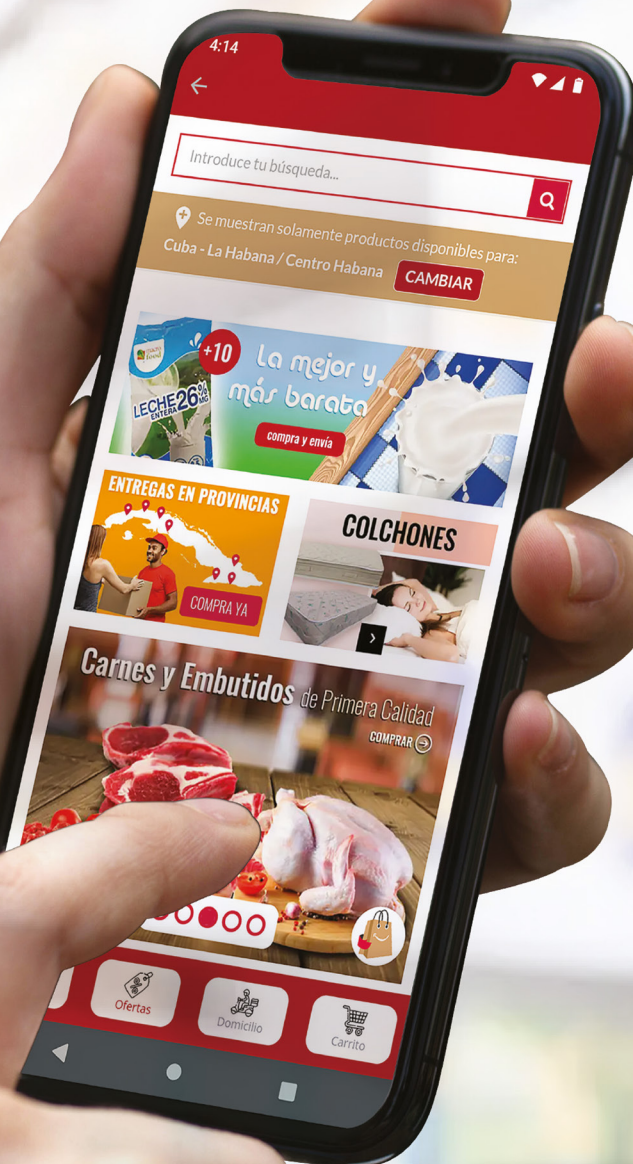




**MallHabana.com**

PRESENTES EN EL MERCADO CUBANO  
DESDE EL 2006 PARA TUS  
COMPRAS Y ENVÍOS A CUBA

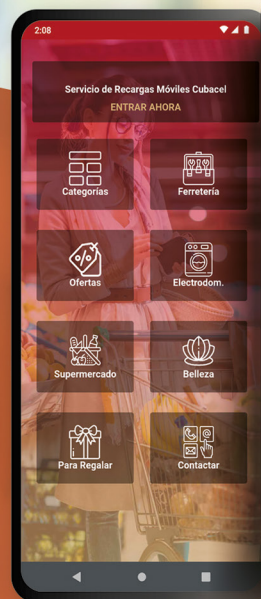
RESUELVE,  
COMPRA  
Y ENVÍA CON  
**MALLHABANA**



SÍGUENOS



DESCARGA GRATIS  
NUESTRA APLICACIÓN



# WTM...

## ¿PRINCIPIO O FIN?



Al elegir una feria para nuestra empresa buscamos el mejor momento, bien geográficamente o por fechas de contratación. Es muy importante si valoramos WTM como la primera feria del año siguiente, pues aquí se preparan operaciones de contratación para la próxima temporada, que normalmente se cerrarán en Fitur.

Ahora bien, la crisis post pandemia más la salida de la Comunidad Europea hacen que haya perdido fuerza y en estos momentos cambie la estrategia de contratación; sigue brillando en África y Asia, eran los líderes del Caribe Anglófono y fuertes emisores hacia los destinos de proximidad y buen tiempo.

Dos destinos han atraído a los turistas de forma especial, España y Grecia, y ahora Turquía. El Caribe se llevó una parte interesante de ese turismo de proximidad; no obstante, la recuperación del turismo en esta parte del mundo será lenta, tal como lo manifestó el profesor y hoy alcalde de Miraflores, Lima, Perú, Carlos Canales, quien también con visión de futuro y premonitoria, en una emisión del CND Escucha de Excelencias, en medio de la pandemia, nos indicó que, según sus cálculos, NO SERÍAN MENOS DE 4 AÑOS los necesarios para acercarse a las cifras del 2019.

Hacia eso se debe actuar, y las ferias deben ser parte de esa recuperación.



José Carlos de Santiago



# SUMARIO



**04** ENTREVISTA  
La era digital ha revolucionado los viajes



**10** ANÁLISIS  
WTTC revela el poder del turismo minorista



**14** TURISMO SOSTENIBLE  
El Caribe debe liderar el desarrollo del turismo sostenible



**PORTADA: CHCT**



**18** ANÁLISIS  
La unificación turística de Centroamérica



**22** ENTREVISTA  
El fin del síndrome del AKENATÓN abre paso a NUEVOS PROYECTOS





## 26 DESTINOS Epicureísmo a la mexicana



## 50 REPORTAJE Ciudad Mitad del Mundo, del mito a la experiencia



## 30 VIAJES Diez millones y razones para elegir República Dominicana



## 54 ESCAPADA Panamá, una joya en Centroamérica



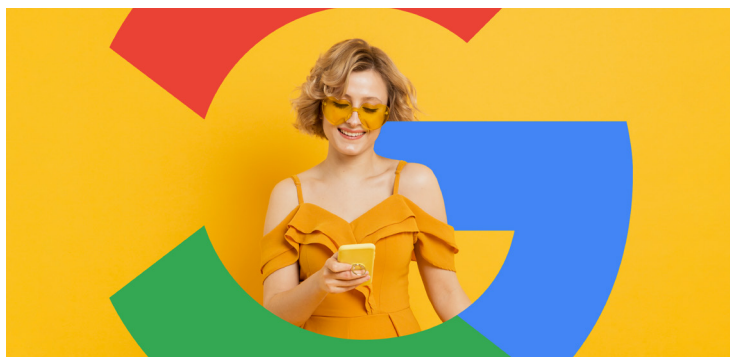
## 38 NEGOCIOS ¿Es Cuba un destino de eventos?



## 58 GASTRONOMÍA El turismo en la nueva gastronomía



## 42 TURISMO DEPORTIVO Surf y kitesurf en Cuba ¿cómo practicarlo?



## 62 TECNOTURISMO 25 años después Google continúa transformando los viajes y el turismo



**Antonio Santos del Valle**  
 Presidente del Comité Rector del Tourism  
 and Society Think Tank (TSTT)

**EN OPINIÓN DEL  
 EXPERTO, LAS  
 PREFERENCIAS Y  
 EXPECTATIVAS DE  
 LOS VIAJEROS HACIA  
 LOS DESTINOS DE LAS  
 AMÉRICAS Y EL CARIBE  
 HAN EVOLUCIONADO  
 Y AHORA INCLUYEN  
 LA DEMANDA DE  
 EXPERIENCIAS  
 Y SUMERGIRSE  
 EN LA CULTURA,  
 GASTRONOMÍA Y  
 TRADICIONES LOCALES**



# LA ERA DIGITAL ha revolucionado los viajes

**TEXTO:** REDACCIÓN EXCELENCIAS  
**FOTOS:** CORTESÍA DEL ENTREVISTADO Y ARCHIVO  
 EXCELENCIAS

**S**ostener una entrevista, así sea a distancia, con el Sr. Antonio Santos del Valle, presidente del Comité Rector del Tourism and Society Think Tank (TSTT), director de la Red Mundial de Turismo de Compras, y asesor y consultor internacional, puede ser una experiencia realmente enriquecedora.

Sus conocimientos del sector turístico, su intercambio frecuente con expertos y sus propias vivencias sue-

len significar un sello de garantía en cualquier conversación en la que se aspire a profundizar sobre los desafíos contemporáneos de la industria del ocio.

Justo sobre esos temas, lo abordó Excelencias Turísticas del Caribe y las Américas.

**El Tourism and Society Think Tank (TSTT) incluye alrededor 100.000 miembros de 92 países, ¿qué vuelve tan atractivo este espacio para los expertos del sector?**

El Tourism and Society Think Tank (TSTT) es sumamente atractivo para los expertos del sector por varias razones. En primer lugar, su amplia representación de 92 países asegura una diversidad de perspectivas y experiencias que enriquecen cualquier discusión o iniciativa relacionada con el turismo. Esta diversidad geográfica permite una comprensión más profunda de las tendencias globales, así como de las especificidades regionales y culturales que influyen en la industria.

Además, con una membresía de 120.000 miembros, el TSTT reúne a pro-





**La diversidad en la membresía del TSTT permite una comprensión más profunda de las tendencias globales.**

fesionales, académicos, empresarios y otros stakeholders, creando un espacio multidisciplinario que potencia la innovación y la colaboración.

Los miembros tienen la oportunidad no solo de aprender, sino también de construir redes de contactos significativas, lo que puede abrir puertas a nuevas oportunidades y colaboraciones. Por ejemplo, hace unas semanas se ha presentado la Red de Destinos de Turismo Religioso o las que se están desarrollando en estos momentos: la Red de Turismo de Bienestar y Salud, y la Red de Innovación Turística liderada por dos expertos internacionales como son Antonio Roldán-Ponce y el Dr. Fernando Molina.

Por último, en un sector tan dinámico y en constante evolución como el turismo, es crucial estar actualizado. El TSTT ofrece a sus miembros ac-

ceso a investigaciones, noticias, estudios de caso, ciclos de conferencias, y otros recursos educativos de vanguardia, asegurando que los expertos estén siempre al tanto de las mejores prácticas y los últimos avances en el campo.

En conjunto, estas características hacen del TSTT un espacio invaluable para cualquier profesional del turismo que busque estar a la vanguardia y contribuir activamente al desarrollo sostenible y responsable del sector.

### **Tras el impacto de la pandemia, ¿cuáles considera que son los principales cambios que han marcado la industria del turismo?**

Tras el impacto de la pandemia, la industria del turismo ha experimentado numerosos cambios. Algunos de los principales son la necesidad de minimizar el contacto físico y de facilitar la adaptabili-

dad, lo cual ha impulsado la adopción de tecnologías digitales.

Las políticas de cancelación y reprogramación se han vuelto más flexibles. Muchas aerolíneas, hoteles y operadores turísticos han modificado sus términos y condiciones para atraer a los viajeros en un ambiente tan cambiante.

Otra circunstancia importante es una mayor conciencia sobre la importancia del turismo sostenible y la necesidad de viajar de manera responsable para minimizar el impacto ambiental, a la vez que muchas personas se interesaron por explorar destinos más cercanos y locales, lo que permitió el impulso de las economías locales y descubrir y apreciar las bellezas de su propio país o región.

La pandemia presentó desafíos significativos para la industria del turismo, también ha ofrecido oportunidades para repensar, adaptarse y evolucionar en formas



## La pandemia presentó desafíos significativos para la industria del turismo, también ha ofrecido oportunidades para repensar, adaptarse y evolucionar

que podrían tener beneficios a largo plazo para los viajeros, la industria y el planeta.

También, el perfil y comportamiento del turista ha sufrido cambios significativos en varias dimensiones.

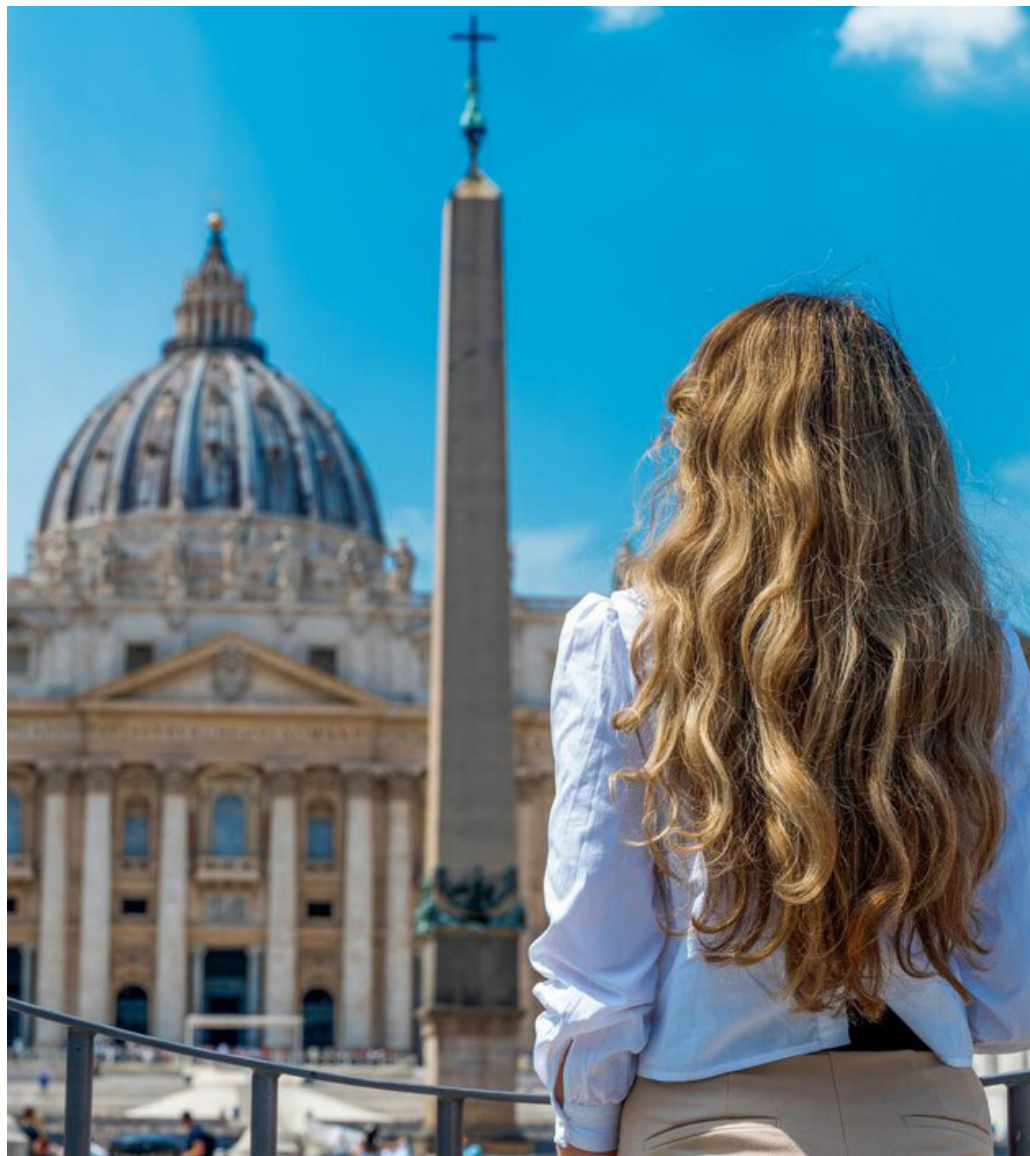
Los turistas ahora dan más importancia a la higiene y las medidas de seguridad. Antes de hacer reservaciones, a menudo investigan sobre los protocolos de limpieza y sanitización de los alojamientos, medios de transporte y atracciones.

Los viajeros están más concientizados sobre el impacto medioambiental y social de sus acciones. Esto ha llevado a un aumento en la demanda de experiencias turísticas sostenibles y éticas, y sobre todo, el turista se apoya más en la tecnología, que se informa más antes de viajar, no solo sobre las atracciones sino también sobre las regulaciones sanitarias, restricciones y recomendaciones en el destino.

### **¿Qué experiencias para el manejo de situaciones de crisis cree que dejó como saldo la COVID para la actividad turística?**

La COVID-19, al ser una de las crisis más profundas y generalizadas que ha enfrentado la industria turística, dejó numerosas lecciones y experiencias para el manejo de situaciones adversas.

La crisis subrayó la importancia de tener planes de contingencia y respuesta a emergencias.



Uno de los últimos proyectos es la presentación de la Red de Destinos de Turismo Religioso.

Las constantes restricciones y cambios normativos que se produjeron mostraron que las empresas turísticas se adaptaron rápidamente a situaciones cambiantes, por ejemplo, las empresas que tenían una oferta diversificada, ya sea en términos de mercados, productos o servicios, pudieron amortiguar mejor los impactos negativos.

Y sobre todo, la adaptación tecnológica se convirtió en un salvavidas. Las empresas que invirtieron en soluciones digitales, ya sea para ventas, operaciones o marketing, tuvieron una ventaja competitiva.

La crisis obligó a muchas empresas a reevaluar y reinventar sus modelos de negocio, identificando nuevas oportunidades y abandonando prácticas obsoletas o insostenibles.

También, se reforzó la idea de que el turismo debe ser sostenible y beneficioso tanto para los visitantes como para los destinos.

### **En el caso de la tecnología, ¿qué valor les otorga a conceptos como el de Smart City y a la digitalización del sector?**

La tecnología ha tenido un impacto transformador en la industria turística y en la forma en que las ciudades se administran y desarrollan. Conceptos como «Smart City» y la digitalización del sector turístico se han integrado en el turismo de una manera natural, sobre todo por la necesidad de adaptarse a las necesidades de la propia industria turística.

Las Smart Cities han permitido que al utilizar tecnologías y datos, se ha podido optimizar recursos, reducir costos y mejorar la calidad de los servicios. Asimismo, la digitalización ha permitido





automatizar procesos, simplificando las operaciones y mejorando la gestión de las empresas.

También a través de la digitalización, ha sido posible recolectar y analizar datos, lo que ha permitido ofrecer experiencias personalizadas y adaptadas a sus preferencias y comportamientos.

La digitalización ha revolucionado la forma en que se promocionan destinos turísticos. A través de redes sociales, realidad virtual y otras plataformas digitales, ha sido posible atraer y cautivar a potenciales visitantes de manera más efectiva, y los destinos han podido tener una ventaja competitiva en el mercado global, ya que ofrecen experiencias más integradas, eficientes y enriquecedoras a sus visitantes.

**Y en cuanto a las tendencias actuales del Turismo, ¿cuáles le parecen más interesantes?**

Hay una creciente conciencia sobre el impacto medioambiental y social del turismo. Los viajeros buscan destinos y experiencias que promuevan la sostenibilidad, respetando la naturaleza y las culturas locales.

Más allá de visitar lugares, los viajeros buscan experiencias inmersivas y significativas. Esto puede abarcar desde talle-

res de cocina local, hasta participar en rituales culturales o actividades de conservación, lo que se une a un creciente enfoque en la salud y el bienestar, muchos viajeros buscan destinos y actividades que ofrecen experiencias de rejuvenecimiento, como retiros de yoga, spas naturales o senderismo en la naturaleza.

La adaptación al trabajo remoto ha llevado a una tendencia donde las personas combinan trabajo y viaje, eligiendo destinos con buena conectividad y comodidades para trabajar mientras exploran un nuevo lugar.

Así mismo, muchos turistas están redescubriendo las maravillas de sus pro-



**Con una membresía de 120.000 miembros, el TSTT reúne a profesionales, académicos, empresarios y otros stakeholders**





**Las políticas de cancelación y reprogramación de viajes se han vuelto más flexibles después de la pandemia.**

pías regiones, optando por escapadas cortas y aventuras locales, cuya evolución ha sido y será constante.

También creo que la inteligencia artificial, la digitalización y las aplicaciones móviles seguirán transformando la experiencia turística, desde la planificación hasta la vivencia en el destino.

Respecto a los servicios turísticos creo que la convivencia entre los hoteles tradicionales y el crecimiento de los alojamientos de las plataformas como Airbnb y otras deberán de establecerse

desde el establecimiento de reglas de juego claras para todo, incluido para los turistas.

Otra idea que creo importante es que debido al envejecimiento de la población en territorios como Europa, seguirá creciendo la demanda de experiencias turísticas que sean accesibles para todos, independientemente de capacidades físicas, edad o necesidades especiales.

De igual manera, las tendencias tanto de nuevas generaciones como las actuales buscarán viajes que proporcionen el crecimiento personal y espiritual.

Estas tendencias reflejan una evolución del concepto tradicional de viaje, moviéndose hacia experiencias más personalizadas, conscientes y enriquecedoras.

**Usted explicaba en una de sus entrevistas que en su opinión el concepto de turismo «se ha ampliado considerablemente». ¿Por qué lo dice?**

Anteriormente, el turismo podía ser visto principalmente como viajes de placer a destinos populares o vacaciones en la playa. Ahora, el turismo abarca una amplia variedad de experiencias, desde ecoturismo, turismo de aventura, turismo cultural, gastronómico, de bienestar, hasta turismo astronómico, entre muchos otros.

Gracias a los avances tecnológicos y a la globalización, viajar se ha vuelto más accesible para un mayor número de personas. Esto ha llevado a que el turismo no sea solo un lujo de unos pocos, sino una actividad al alcance de muchos.

La era digital ha revolucionado la forma en que planificamos, reservamos y experimentamos los viajes. Las redes sociales, las reseñas en línea y las plataformas de reservas han cambiado el panorama, ampliando la percepción y las expectativas del turismo.

El turismo ya no se trata solo de paquetes estandarizados. Los viajeros

**La inteligencia artificial, la digitalización y las aplicaciones móviles seguirán transformando la experiencia turística**



**Hay una creciente demanda de turismo basado en comunidades.**

buscan experiencias personalizadas que reflejen sus intereses, pasiones y valores, además de que hay una creciente conciencia sobre el impacto que el turismo tiene en el medio ambiente y en las comunidades locales. Esto ha llevado a una ampliación del concepto, donde el turismo no solo se trata de visitar un lugar, sino de hacerlo de manera responsable y beneficiosa.

Y desde una perspectiva de industria del turismo, este es ahora reconocido como una fuerza económica clave en muchas regiones, contribuyendo significativamente al PIB, creando empleo y fomentando el desarrollo local.

El turismo se ha convertido en una forma de intercambio cultural, donde los viajeros y las comunidades anfitrionas interactúan y aprenden mutuamente.

Dadas estas evoluciones y expansiones en la forma en que entendemos y experimentamos el turismo, es evidente que el concepto ha crecido y se ha diversificado enormemente, reflejando los cambiantes intereses, necesidades y valores de la sociedad global.

**Desde su experiencia, ¿considera que ha variado de alguna manera lo que los viajeros buscan en destinos como las Américas y el Caribe?**

Los destinos en las Américas y el Caribe siempre han atraído a viajeros por su belleza natural, cultura rica y diversidad. Sin embargo, las preferencias y expectativas de los viajeros hacia estos destinos han evolucionado con el tiempo. Algunas de las varia-

ciones más notables que incluyen desde la búsqueda de autenticidad mediante la demanda de experiencias auténticas y locales. Los viajeros buscan sumergirse en la cultura, gastronomía y tradiciones locales. También creo que la rica biodiversidad de las Américas y el Caribe, muchos viajeros buscan experiencias de ecoturismo, desde explorar la selva amazónica hasta bucear en los arrecifes de coral. Además, hay una conciencia creciente sobre la sostenibilidad y la protección del medio ambiente, llevando a una demanda de prácticas turísticas responsables.

Con una rica tradición en terapias naturales y entornos serenos, la oferta turística se está redirigiendo a destinos de bienestar, con un aumento de la oferta de cultural y patrimonial, sin olvidar la importantísima oferta gastronómica

También podemos ver una creciente demanda de turismo basado en comu-

nidades, donde los viajeros pueden interactuar directamente con las comunidades locales, aprender de ellas y apoyarlas económicamente.

Y como en otros destinos internacionales, con la digitalización, los viajeros tienen acceso a más información y pueden descubrir gemas ocultas, planificar mejor y conectarse con comunidades locales a través de plataformas en línea.

Estas tendencias reflejan una evolución en las expectativas y deseos de los viajeros hacia las Américas y el Caribe.

**Por la rica biodiversidad de las Américas y el Caribe, muchos viajeros buscan experiencias de ecoturismo**





# WTTC revela el poder del TURISMO MINORISTA







ESTE SEGMENTO  
COMENZÓ A  
RECUPERARSE DE  
LA PANDEMIA  
DURANTE 2021 EN  
LA MAYORÍA DE  
LOS MERCADOS,  
CON LAS AMÉRICAS  
Y EUROPA EN EL  
LIDERAZGO

TEXTO: REDACCIÓN EXCELENCIAS  
FOTOS: ARCHIVO EXCELENCIAS

**E**l lanzamiento del «Global Retail Tourism: Trends and Insights», uno de los más recientes informes publicados por el Consejo Mundial de Viajes y Turismo (WTTC), podría cambiar la forma en que concebimos el turismo de compras.

La investigación conjunta entre el WTTC y el Hospitality & Tourism Research Centre de The Hong Kong Polytechnic University, en colaboración con The Bicester Collection, se hizo público durante un evento que tuvo lugar en La Roca Village, parte de The Bicester Collection, en Barcelona, España, coincidiendo con el 25 aniversario del Village.

El estudio se basa en una encuesta realizada a cerca de 4.600 «turistas de compras» en 24 mercados mundiales.

Para este informe, el gasto medio en compras de quienes visitaron España en su último viaje desde el Reino Unido, Italia, Francia, Países Bajos y Estados Unidos fue de 347,3 euros. Gastaron más en alimentación, alcohol y tabaco, seguidos de ropa.

El liderazgo como destino de compras por su contribución al PIB lo mantiene Estados Unidos con un impacto de 23,9 mil millones de dólares en 2021 en su economía.

Además, el último informe del WTTC reveló que el turismo minorista ha dejado una huella importante en la economía global al generar ingresos por un asombroso total de \$178 mil millones en el año 2019. Los resultados permiten destacar la creciente relevancia de este sector, que representa el 6% del valor total del sector de Viajes y Turismo a nivel mundial.

La tendencia implica que los viajeros planifiquen y organicen personalmente cada aspecto de su viaje de manera cada vez más creciente en los últimos años. Además, su impacto económico es notable en diversos

destinos, donde ha superado el 15% de la industria turística local.

A pesar de estos números, se ha revelado que el turismo minorista ha sido históricamente poco investigado, lo que ha llevado a una significativa falta de datos críticos para la previsión estratégica. Esto significa que, a pesar de su importancia económica, existen limitaciones en la recopilación de información precisa que permita tomar decisiones informadas y estratégicas relacionadas con este sector.

Los expertos sugieren que es fundamental realizar un mayor estudio e investigación sobre el turismo minorista para comprender mejor su impacto, pronosticar su evolución futura y, en última instancia, desarrollar estrategias efectivas. Se espera que, a través de un análisis exhaustivo de esta forma de turismo, se puedan identificar oportunidades para impulsar aún más la economía global y maximizar los beneficios para los destinos turísticos a nivel mundial.

Según el documento de WTTC, este segmento comenzó a recuperarse de la pandemia en la mayoría de los mercados en 2021, con las Américas y Europa a la cabeza.

Hasta 2022, el turismo minorista desempeñaba un papel fundamental en la recuperación del sector de Viajes y Turismo, cuyos ingresos por turismo receptor aumentaron un 82% el año pasado.

El nuevo informe destaca el creciente impacto del turismo de compras en la toma de decisiones de viaje, los ingresos en divisas y el apoyo a marcas y productos locales.

Además, revela la tendencia emergente del «retailtainment», que combina el comercio minorista y el entretenimiento para mejorar la experiencia de compra. El estudio también revela cambios en las preferencias de los turistas, mostrando que las compras en línea se suman a las experiencias comerciales tradicionales, mientras que el comercio minorista fuera de la ciudad también gana popularidad.





Hasta 2022 los ingresos por turismo receptor aumentaron un 82%.

## El turismo minorista ha sido históricamente poco investigado, lo que ha llevado a una significativa falta de datos críticos para las estrategias

El informe destaca temas emergentes, como el «retailtainment», o sea, la fusión del comercio minorista y el entretenimiento, para incentivar las compras y mejorar la experiencia del cliente.

También ofrece información valiosa sobre las pautas de gasto, las preferencias hoy de los turistas de compras y la fusión con el turismo experiencial.

Mientras que las tiendas de las calles principales siguen siendo destinos de compras populares, el comercio minorista fuera de la ciudad también está creciendo: un tercio de los encuestados aceptó acudir a esos destinos. Por otra parte, las compras en línea complementan, más que sustituyen, las experiencias comerciales tradicionales.

El informe también ofrece valiosas recomendaciones para las partes interesadas en el turismo minorista proporcionando orien-

tación sobre cómo navegar con éxito estas tendencias emergentes.

Aunque el futuro del turismo minorista parece positivo, es esencial reconocer y abordar ciertos obstáculos, como los retos relacionados con la legislación laboral y el impacto de las políticas de compras libres de impuestos.

El turismo de compras constituye cada vez más un componente importante de la cadena de valor del turismo. Las compras se han convertido en un factor determinante para la elección del destino, un componente destacado de la experiencia global del viaje y, en algunos casos, el motivo principal. Los destinos tienen, por lo tanto, una gran oportunidad de aprovechar esta nueva tendencia del mercado para agregar valor a su oferta turística, reforzando a la vez, e incluso definiendo, la marca y el posicionamiento turístico.

Un dato aún más importante es que las compras representan una de las principales categorías del «gasto turístico» y constituyen una fuente significativa de ingresos para las economías nacionales, tanto directamente como a través de los numerosos vínculos con otros sectores de la economía.

### ¿CÓMO SE HIZO?

El resumen de la investigación describe lo hallado como un «inmenso potencial sin explotar» tanto para los destinos

como para las empresas pues se trata de una investigación única sobre el impacto económico del turismo minorista a nivel global y regional, así como dentro de economías específicas.

Como parte de este profundo estudio fueron encuestados casi 4 600 viajeros de compras de 24 mercados emisores globales, quienes emitieron consideraciones sobre sus experiencias, hábitos y preferencias minoristas (principalmente en relación con los patrones de gasto y la elección del lugar de compra) en su viaje al extranjero más reciente, y sus intenciones para un viaje futuro.

Además, se ofrecen datos teniendo en cuenta la segmentación del mercado y el análisis de factores demográficos y otros que influyen en el comportamiento de los viajeros; así como las rutas de origen a destino más comúnmente elegidas.

Tendencias emergentes en el comercio minorista, como la sostenibilidad, la tecnología y el «retailtainment» están basadas en 13 entrevistas en profundidad con líderes de la industria y se identificaron desafíos y oportunidades claves para las partes interesadas del turismo minorista, incluidos ejemplos en destinos específicos y recomendaciones para empresas, DMO y gobiernos sobre cómo navegar con éxito entre las tendencias actuales.



Se tuvieron en cuenta también los factores políticos, económicos, sociales y tecnológicos que actualmente están dando forma al turismo minorista a nivel mundial.

Como un plus, se incluyeron estudios de caso detallados para el Reino Unido y Hong Kong.

«En el ámbito de los Viajes y el Turismo, no se puede subestimar la importancia del turismo minorista. Representando más de \$178 mil millones del PIB mundial en 2019, es hora de reconocer su verdadero potencial. Nuestro informe revela que el turismo minorista no se trata solo de compras; se trata de ingresos, creación de empleo e influencia en las decisiones de los viajeros. Es nuestra responsabilidad colectiva abrazar estas oportunidades, dar forma al futuro de la industria y embarcarnos en un viaje emocionante», dijo sobre la investigación Julia Simpson, Presidenta y CEO del WTTC.

### AGENDAR EL VIAJE POR TU CUENTA

El turismo minorista, también conocido como turismo individual o turismo no

organizado, se refiere a la forma de viajar en la cual los turistas planifican y realizan personalmente todos los aspectos de su viaje, sin la intervención de agencias de viajes o intermediarios.

Siendo así, los viajeros tienen la libertad de elegir y organizar por sí mismos los diferentes aspectos de su experiencia, como la reserva de vuelos, alojamiento, transporte y actividades.

Esta tendencia se ha vuelto más común gracias a los avances en la tecnología, como la disponibilidad de información en línea y las plataformas de reserva.

Los turistas ahora tienen acceso a una amplia gama de recursos en línea, como motores de búsqueda de vuelos y hoteles, sitios web de reserva y reseñas de otros viajeros.

Durante más de 30 años, WTTC ha realizado investigaciones sobre el impacto económico de los viajes y el turismo en 185 países y cuestiones como la sobrepoblación, los impuestos, la formulación de políticas y muchos otros para crear conciencia sobre la importancia del sector de viajes y turismo como uno de los sectores económicos

**Las tiendas de las calles principales siguen siendo destinos de compras populares, pero el comercio minorista fuera de la ciudad también crece**



Se estudiaron cerca de 4.600 «turistas de compras» en 24 mercados mundiales.

más importantes del mundo. Sus miembros y socios incluyen más de 200 directores ejecutivos, presidentes y presidentes de las principales empresas de viajes y turismo del mundo de todas las geografías e industrias.

### CARACTERÍSTICAS CLAVES DEL TURISMO MINORISTA

**-Autonomía:** Los turistas tienen la libertad de elegir y decidir cada aspecto de su viaje, desde el destino y la duración del viaje, hasta las actividades y atracciones a visitar.

**-Flexibilidad:** Al organizar su propio itinerario pueden ajustar fácilmente sus planes según sus intereses y preferencias.

**-Búsqueda de mejores precios y ofertas:** Al realizar ellos mismos las reservas pueden comparar y buscar las mejores ofertas y precios para vuelos, alojamiento y otros servicios relacionados con el viaje.

**-Mayor contacto con la comunidad local:** Al tomar decisiones por su cuenta y explorar destinos por sí mismos, los turistas pueden tener más oportunidades de encontrarse con lugareños, experimentar la cultura y las tradiciones locales de una manera más auténtica.

**-Experiencias personalizadas:** Pueden elegir los lugares que más les interesan, participar en actividades específicas y explorar los destinos de acuerdo con sus propios intereses y motivaciones.



# El Caribe debe liderar el desarrollo del turismo sostenible

EN EL CAMINO EN LA PROMOCIÓN DE PRÁCTICAS RESPONSABLES, LA REGIÓN SE HA CONVERTIDO EN UN MODELO A SEGUIR PARA DESTINOS DE TODO EL MUNDO



**TEXTO:** JORGE COROMINA  
**FOTOS:** ARCHIVO EXCELENCIAS

«**C**reemos que el Caribe debe liderar, y no seguir, la inversión en un futuro saludable, sostenible y productivo para la prosperidad de nuestros pueblos y de nuestro planeta», declaró Dona Regis-Prosper, la recién nombrada Directora Ejecutiva y consejera delegada de la Organización de Turismo del Caribe (CTO), durante el discurso principal en un foro virtual caribeño para celebrar el Día Mundial del Turismo 2023.

Haciéndose eco del mensaje de este año de la Organización Mundial del Turismo de las Naciones Unidas, Regis-Prosper se manifestó sobre la estrategia holística que se centra en más inversiones y mejor orientadas «para las personas, para el planeta y para la prosperidad». Esta estrategia engloba el empoderamiento de las comunidades, el crecimiento responsable con el medio ambiente y la creación de riqueza equitativa sustentada en la resiliencia.

Subrayando la urgencia del llamamiento a la acción, el responsable regional de turismo planteó tres preguntas fundamentales: ¿Cómo va a responder el Caribe, la región más dependiente del turismo del mundo, a este llamamiento internacional? ¿Cómo contribuiremos con nuestra experiencia y conocimientos únicos al debate mundial sobre cuestiones como las energías renovables, el cambio climático y la neutralidad de carbono, la inclusividad y la necesidad de economías de escala para aumentar los vínculos locales y reducir las fugas? ¿Cómo traducirán nuestros líderes de los sectores público, privado y sin ánimo de lucro las teorías en políticas y aplicaciones prácticas que permitan a nuestras comunidades y a nuestra industria desarrollarse de forma más sostenible y equitativa?

La nueva secretaria general de la CTO profundizó en los tres pilares fundacionales que sustentan el lema del Día

Mundial del Turismo de este año: las personas, el planeta y la prosperidad.

Regis-Prosper hizo hincapié en la necesidad de centrar la atención como parte del turismo en las personas, lo que requiere de abordar el déficit de conocimientos y capacidades del Caribe.

Afirmando la importancia crítica de las relaciones interpersonales en el turismo, compartió su visión acerca de que «la investigación confirma lo que los que trabajamos en la industria del turismo y los viajes sabemos de primera mano: que las interacciones interpersonales, cara a cara

**Cuba, Puerto Rico y la República Dominicana son tres de los destinos del Caribe más visitados cada año.**

con los demás, desempeñan un papel significativo en la experiencia del visitante».

En cuanto a la coexistencia global, señaló el papel del Caribe como guardián de ecosistemas frágiles y subrayó la urgencia de «inversiones verdes y prácticas respetuosas con el medio ambiente».

Citando iniciativas como el Proyecto de Acción para la Eficiencia Energética de los Hoteles del Caribe subrayó el compromiso de la región con la sostenibilidad: «Como marca global, el turismo

**Dona Regis-Prosper fue nombrada Secretaria General y Directora Ejecutiva de la Organización de Turismo del Caribe (CTO) el 1ro de septiembre de 2023. Proviene de St. Lucía y es la primera mujer en dirigir el organismo intergubernamental. Tiene una carrera de 22 años en el sector**







**El turismo del Caribe en su conjunto sobresalió como el rubro de más rápida recuperación en todo el mundo después de la pandemia.**

caribeño debe seguir adoptando las mejores prácticas en actividades medioambientales, sociales y de gobernanza que demuestren nuestro compromiso con las generaciones futuras», dijo.

También subrayó la necesidad de colaboraciones entre el sector público y privado y las comunidades para potenciar los beneficios del turismo en función de la prosperidad.

Destacó la necesidad de diversidad, equidad e inclusión, y del respeto cultural, afirmando que «la OMT apoya el llamamiento en favor de soluciones e inversiones nuevas e innovadoras que estimulen y apunten el crecimiento, la productividad y la sostenibilidad del sector turístico».

«Es un llamamiento a invertir simultáneamente en nuestro talentoso capital humano. Cuando nuestra gente, nuestras comunidades y nuestro planeta prosperan, nuestra industria y nuestros destinos prosperan», agregó.

En temas como la inclusión social, la relación entre la sostenibilidad y los destinos, y las empresas inteligentes, Regis-Prosper prevé un turismo caribeño liderado por el crecimiento ecológico, que implica inversiones ecológicas, tecnologías ecológicas y prácticas empresariales ecológicas.

El foro virtual, celebrado a finales de septiembre, fue una iniciativa conjunta de la Organización de Turismo del Caribe en colaboración con la Asociación de Hostelería y Turismo del Caribe, la Universidad de las Indias Occidentales, la Organización de Estados Americanos, la Comisión de la Organización de Estados del Caribe Oriental, la Unión de Radiodifusión del Caribe y los miembros aliados de la CTO: el Instituto Internacional de Estudios Turísticos de la Universidad George Washington e Hibiscus International.



# TIPS PARA UN PARAÍSO RESPONSABLE



## CONSERVACIÓN DEL ENTORNO NATURAL

El Caribe es el hogar de una impresionante biodiversidad, incluyendo arrecifes de coral, selvas tropicales y hábitats marinos únicos. Conscientes de la importancia de preservar estos ecosistemas, muchos países caribeños han implementado prácticas de turismo ecológico y han establecido parques marinos y terrestres para proteger sus recursos naturales. Se lideran esfuerzos de conservación marina, incluyendo la protección de tortugas, la restauración de arrecifes de coral y la lucha contra la contaminación del agua.



## ENERGÍA RENOVABLE

No pocas naciones han adoptado fuentes de energía renovable, como la solar y la eólica, para reducir su dependencia de combustibles fósiles. Esto no solo reduce la huella de carbono de la industria turística, sino que también garantiza un futuro más sostenible.



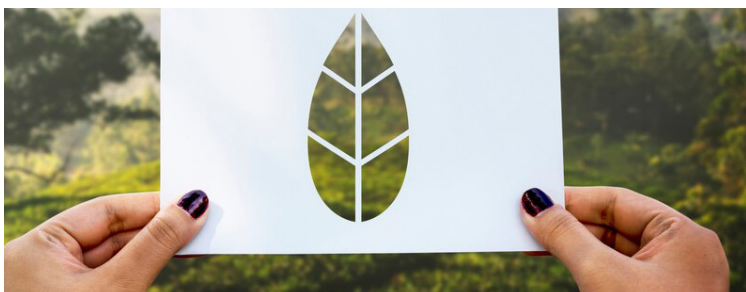
## COMPROMISO SOCIAL Y COMUNITARIO

Muchos resorts y empresas turísticas en la región se han comprometido a trabajar con comunidades locales para promover el desarrollo sostenible. Esto incluye la creación de empleos locales, la compra de productos y alimentos en la zona donde se encuentran ubicados, y la inversión en infraestructura comunitaria. El Caribe ha demostrado que el turismo sostenible no solo es beneficioso para el medio ambiente, sino también para las economías locales y la satisfacción de los visitantes.



## EDUCACIÓN AMBIENTAL

El Caribe ha reconocido la importancia de la educación en la promoción de prácticas sostenibles. Escuelas, ONGs y centros de investigación trabajan para concienciar a residentes y turistas sobre la protección del medio ambiente. Muchos gobiernos caribeños han implementado regulaciones estrictas para proteger áreas sensibles y limitar la construcción en zonas costeras.



## CERTIFICACIONES Y NORMAS ECOLÓGICAS

Muchos establecimientos en la región buscan certificaciones de turismo sostenible, como la certificación Green Globe o Rainforest Alliance, para demostrar su compromiso con prácticas responsables. La región ofrece una amplia gama de actividades de turismo de aventura, como senderismo, buceo y esnórquel, con un enfoque en la conservación y el respeto por la naturaleza.



AL UNIFICAR RECURSOS, ESFUERZOS Y  
ESTABLECER OBJETIVOS COMUNES, OPERAREMOS  
DECIDIDAMENTE EN NUESTROS MERCADOS META,  
FORTALECIÉNDONOS COMO REGIÓN

TEXTO: CAROLINA BRIONES PEREYRA,  
EXSECRETARIA GENERAL DE LA AGENCIA DE  
PROMOCIÓN TURÍSTICA DE CENTROAMÉRICA  
(CATA, POR SUS SIGLAS EN INGLÉS)



# LA UNIFICACIÓN TURÍSTICA DE CENTROAMÉRICA

Una estrategia para competir en  
el mercado global

**D**urante muchos años he colaborado para el sector turístico de Centroamérica y he sido testigo de su notable evolución. A pesar de nuestros avances, enfrentamos retos significativos para posicionarnos y competir en los mercados internacionales. Sin embargo, estos desafíos pueden superarse a través de una estrategia común: la integración y unificación turística.

Frente a este planteamiento es natural que surjan cuestionamientos, como si esta estrategia implicara la renuncia





a nuestras identidades individuales como destinos, lo cual podría poner en peligro la singularidad de nuestros países y beneficiar a unos en detrimento de otros. Contundentemente afirmo que la integración y unificación tendrán un efecto completamente opuesto.

Al unificar recursos, esfuerzos y establecer objetivos comunes, operaremos decididamente en nuestros mercados meta, fortaleciéndonos como región. Tomaremos ventaja de nuestras potencialidades individuales, complementándolas con las de otros países, y construiremos una oferta estratégicamente consolidada. Esto nos permitirá irradiar una imagen indivisible que se arraigará en la mente del viajero, quien incluirá a Centroamérica entre sus opciones para sus próximas vacaciones.

En 1965 se estableció la base de nuestra integración turística con la creación del Consejo Centroamericano

de Turismo (CCT). Este paso crucial se consolidó en 1996, cuando nuestros líderes gubernamentales declararon al turismo como sector económico prioritario. Esta declaración condujo a la formación de la Secretaría de la Integración Turística Centroamericana (SITCA) y la Agencia de Promoción Turística de Centroamérica (CATA).

Ambos organismos han logrado una exitosa colaboración entre el sector público y privado, desarrollando estrategias sostenibles para posicionar la región en el mercado turístico. Desde 2015, la República Dominicana se ha unido a estos esfuerzos.

Lo fundamental es fomentar una cultura integracionista que impregne tanto a las instituciones como a la población en general. La integración no es solo una meta, es también un camino que deben transitar todos los centroamericanos. Por supuesto, in-

crementar los presupuestos asignados a CATA y SITCA es esencial para lograr los objetivos deseados y elevar los alcances de su intervención en términos de comercialización, posicionamiento y profesionalización del sector.

Debemos centrarnos en crear oportunidades comerciales para nuestros pequeños y medianos empresarios, mejorar la calidad y sostenibilidad de nuestros productos y servicios a través del Sistema Integrado Centroamericano de Calidad y Sostenibilidad Turística (SICCS), y adoptar políticas regionales coherentes, tal como se ha hecho con el Plan Estratégico Turismo Sostenible 2021 - 2025.

Este plan apuesta por la integración de estrategias y acciones que contribuyan a alcanzar los objetivos de desarrollo con enfoque económico, social, ambiental y cultural, asegurando la utilización equilibrada de recursos





Uno de los más bellos paisajes de la región es el de Tortuguero, en Costa Rica.

patrimoniales y óptimos resultados y beneficios para comunidades locales, así como para las actuales y futuras generaciones.

Es vital fortalecer la capacidad de gestión empresarial y fomentar la innovación en el sector mediante el uso de tecnologías como la Inteligencia Artificial (IA), que permitirán a nuestros empresarios competir de manera efectiva en un mundo cada vez más tecnológico.

La unificación turística depende de la voluntad de nuestros gobiernos para colaborar y coordinar la eje-

cución de estrategias comunes. Ya contamos con políticas compartidas como punto de partida. El siguiente paso implica establecer y desarrollar procesos efectivos, uniendo esfuerzos bajo metas regionales específicas respaldadas por indicadores sólidos de cumplimiento. Nuestra misión es facilitar el tránsito de los viajeros por nuestros territorios y, al mismo tiempo, aumentar significativamente nuestra presencia como región tanto en los mercados regionales como en los internacionales.

Unificarnos significa crecer y dotar a la región con las herramientas y recursos para ser competitivos y destacar en el mapa turístico mundial, compitiendo en igualdad de condiciones. Esto representa fortalecer los sólidos cimientos legados por quienes nos precedieron y construir nuevas oportunidades para las generaciones futuras. Desde CB Turismo, colaboramos y apoyamos a la región y su sector empresarial, poniendo a su disposición nuestra experiencia, tecnología, amor por Centroamérica y, sobre todo, nuestro profesionalismo

**La integración no es solo una meta, es también un camino que deben transitar todos los centroamericanos**



El turismo de aventuras es una de las ofertas más apreciadas en Centroamérica.



WWW.GRUPOEXCELENCIAS.COM

GRUPO



EXCELENCIAS

EXCELENCIAS

*Turísticas del Caribe y Las Américas*

EXCELENCIAS

*Gourmet*

EXCELENCIAS  
DEL MOTOR

*Viajes*  
Por Excelencia's

**Caribbean  
News**

**arte**  
POR EXCELENCIAS

EXCELENCIAS  
*Travel*



FUNDACIÓN  
FUCADHU  
Desarrollo Humano  
para América y el Caribe



CARIBE!NSIDER

MallHabana.com



Miguel Torruco Marqués  
Secretario de Turismo de México

A TRAVÉS DE  
UNA SERIE DE  
ENTREVISTAS EL  
CND ESCUCHA,  
PROGRAMA  
AUDIOVISUAL  
DEL GRUPO  
EXCELENCIAS PARA  
INTERNET, REPASÓ  
LA CARRERA  
DEL ACTUAL  
SECRETARIO DE  
TURISMO DE  
MÉXICO



El fin del síndrome del **AKENATÓN**  
abre paso a **NUEVOS PROYECTOS**



TEXTO: JOSÉ CARLOS DE SANTIAGO  
FOTOS: ARCHIVO EXCELENCIAS

**A** lo largo de su trayectoria, Miguel Torruco Marqués, Secretario de Turismo de México, ha sido merecedor de múltiples Premios Excelencias, concedido por el Grupo Excelencias.

De su alta calidad profesional hablan los logros alcanzados durante su gestión, avalada por su formación como licenciado en Administración Hotelera y Restaurantera por la Escuela Mexicana de Turismo, con numerosos diplomados cursados y muy marcada por su desempeño como catedrático y subdirector de la Escuela Mexicana de Turismo.

A los 25 años de edad fundó su propia institución educativa: la Escuela Panamericana de Hotelería (EPH), en la que se han formado 17 000 profesionales del turismo.

Fue, además, presidente de las Asociaciones de Egresados de Turismo y la Mexicana de Centros Académicos Particulares de Turismo (AMECAPT); fundador de la Confederación Panamericana de Escuelas de Hotelería, Gastronomía y Turismo (CONPEHT) y de la Confederación Latino Americana de Asociaciones de Hoteles y Restaurantes (FLAHR); y presidente nacional de la Confederación Nacional Turística (CNT), entre otras.

A través de una serie de entrevistas, el CNDEscucha, programa audiovisual del Grupo Excelencias para internet, repasó la carrera del actual secretario de Turismo de México, desde sus inicios en su carrera profesional hasta esta última etapa como funcionario público.

### ¿CUÁLES FUERON LOS PRIMEROS RETOS QUE SE ENCONTRÓ EN LA ADMINISTRACIÓN?

Como empresario del turismo que he sido siempre al llegar a la Secretaría de Turismo me pregunté: con las personas que están ya asignadas, ¿cuánto hubo de presupuesto del 2012 al 2018? La respuesta fue 54.000 millones de pesos para FONATUR (Fondo Nacional de Fomento al Turismo), el Consejo de Promoción Turística de México y la Secretaría de Turismo. También me planteé: ¿en qué situación me entregan el sector? ¿Qué lugar dentro del ámbito internacional ocupamos? El séptimo lugar. Generalmente se decía que estábamos en el top 10, y que solíamos variar tres puestos en materia de turismo internacional.

Pero ahí no se mide la potencialidad turística de una nación, sino que se mide desde la óptica económica. En ese sentido, me entregaron un sector en el 17º puesto en cuanto a captación de divisas, cifras que muy pocas veces se daban a co-



**El Centro de Geointeligencia Ángeles Verdes recibió el Premio Excelencias Turísticas 2022, en la categoría Azul, por ser guardianes del turismo carretero en México**

nocer, y el 40º puesto en cuanto a gasto per cápita, al cierre de 2018.

Estar en este puesto significa que había 39 naciones en las que sus gobernantes, sus empresarios, sus prestadores, y todos aquellos que integran la gran familia turística, tuvieron más capacidad para crear, concebir, integrar y comercializar nuevos productos que impactaran más al consumidor.

La potencialidad turística de una nación se mide desde la óptica económica.

Otras de las cifras crudas que vimos es que el 92% de los turistas que recibíamos se concentraba solamente en seis lugares: Cancún, Ciudad de México, Los Cabos, Puerto Vallarta, Guadalajara y Monterrey.

De ello me di cuenta cuando tuve el honor de ser presidente nacional de la Asociación Mexicana de Hoteles. En muchos lugares, como Real de Catorce o San Luis Potosí, me preguntaban ¿por qué se decía que éramos potencia turística, si casi no iban turistas? La respuesta era que los turistas se concentraban

**Me entregaron un sector en el 17º puesto en cuanto a captación de divisas, cifras que muy pocas veces se daban a conocer, y el 40º puesto en cuanto a gasto per cápita, al cierre de 2018**

solamente en seis plazas. Ese fue el panorama que nos encontramos.

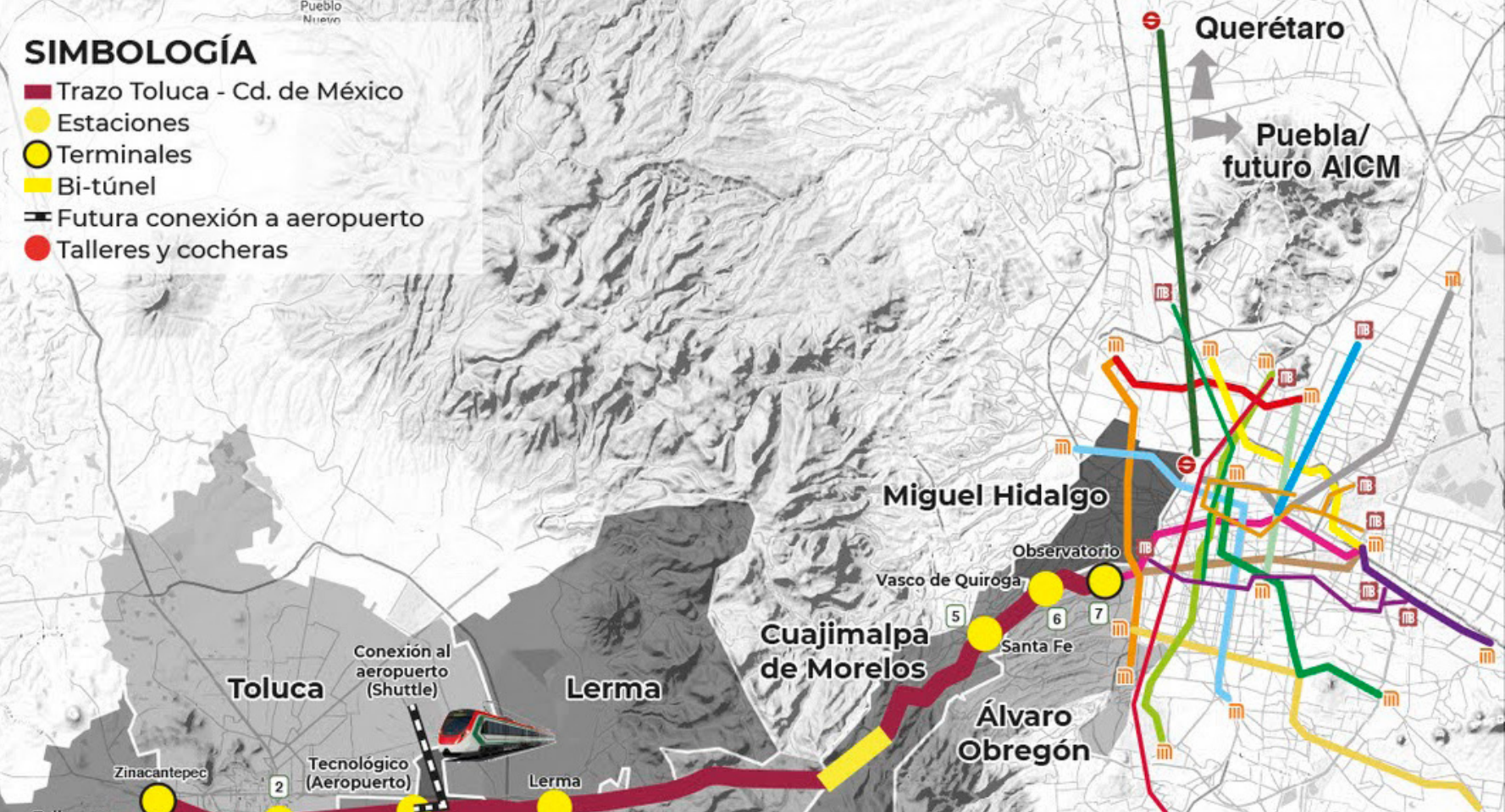
En esta administración, dirigida por Andrés Manuel López Obrador, uno de los puntos que se han logrado es consolidar lo existente.

### ¿QUÉ OTRAS PROBLEMÁTICAS ENCONTRARON DE INICIO?



## SIMBOLOGÍA

- Trazo Toluca - Cd. de México
- Estaciones
- Terminales
- Bi-túnel
- ✈ Futura conexión a aeropuerto
- Talleres y cocheras



Mapa con la ruta y las estaciones del Tren Interurbano México-Toluca

**“ En esta administración, dirigida por Andrés Manuel López Obrador, uno de los puntos que se han logrado es consolidar lo existente**

Otro asunto era que no estaba desarrollado el sureste del país. Tan solo estaban desarrollados algunos lugares, pero había pobreza en el sureste. Este era otro de los asuntos que había que resolver: la cuestión de los programas inconclusos, algo que yo llamo el síndrome Akenatón.

Este faraón egipcio, esposo de Nefertiti, y padre de Tutankamón, cuando llegó al poder dijo «yo soy el sol, y aquí es borrón y cuenta nueva». Ordenó borrar todos los jeroglíficos, y cancelar todas las obras que estaban en progreso. Esa forma de actuar se ha traducido en un síndrome que vivieron las anteriores administraciones.

¿Quién hizo Cancún tal presidente? ¿Qué obras hacían falta? Pues la ampliación de un bulevar para darle viabilidad en una época con mayor afluencia turística, pero también faltaba un puente que estaba desde el inicio planteado en los programas, el Puente Nichupté, en la Laguna Nichupté,

el distribuidor real hacia el aeropuerto, la Playa del Carmen... pero se canceló. Lo mismo ocurrió en Santa María Huatulco, donde tal presidente dejó pendiente la autopista de Oaxaca-Puerto Escondido para darle viabilidad al desarrollo. Aunque el proyecto había comenzado, también se canceló.

Otro Akenatón más moderno es el caso del proyecto de La Escalera Náutica. Se invierte dinero en todos los puntos donde supuestamente iba a hacerse, en el Mar de Cortés, llamado el acuario del mundo por Jacques Cousteau. «Que se cancele», dice el siguiente.

### ¿CUÁLES FUERON LOS PRIMEROS PROYECTOS QUE DESARROLLARON?

En esta administración, dirigida por Andrés Manuel López Obrador, uno de los puntos que se han logrado es consolidar lo existente. Se hizo un inventario para poder terminar los proyectos que tantos miles de pesos les han costado a los mexicanos, y que estaban prácticamente frenados. Todo ello se está consolidando. La autopista de Oaxaca a Puerto Escondido se inaugura este año, al igual que la autopista de Nayarit.

Ocorre lo mismo con el Aeropuerto de Chetumal, que durante 48 estuvo en abandono, pese a que se encuentra en la capital del Estado más poderoso de América Latina en cuanto a turismo. ¿Cómo es posible que Chetumal tuviese un aeropuerto con una salida, 23 sillas de espera y una tiendita de sándwiches? Después de esos 48 años de abandono, se renovó el Aeropuerto Internacio-

nal de Chetumal, que ahora es más amplio, más bello, más moderno.

Además, en Chetumal se espera que haya una parada dentro de la Ruta del Tren Maya en Quintana Roo. Allí estará una estación para darle posibilidad a Yucatán, Quintana Roo, Campeche, Tabasco, Chiapas... Con ese tren, que estará concluido este año, habrá 34 estaciones en 1 525 kilómetros, con 170 atractivos de alto impacto que abarcarán desde la selva hasta las preciosas playas del Caribe mexicano.

### HABLANDO DEL CARIBE MEXICANO... ¿QUÉ PROPUESTAS DESTACARÍA DENTRO DE ESTA REGIÓN TURÍSTICA?

Porfirio Díaz decía en su época que cómo era posible que Chetumal no tuviese salida al mar Caribe. Había que hacer el Canal de Zaragoza, porque anteriormente se debía pasar por las islas del Caribe de Belice para llegar a Xcalak, que es el primer punto mexicano. Estamos terminando de dragar el Canal de Zaragoza, para que tengan acceso todos los yates que vienen de Cancún, entren por el Canal, y puedan deleitarse de la Bahía de Chetumal.

Allí se habilitó también la Laguna Bacalar, porque hace nueve años entró un «intocable», compró un terreno en la parte más angosta, instaló su balneario y no había ninguna autoridad de los tres niveles de Gobierno que en esos nueve años pudiera quitarle la cadena de hoteles para navegar la Laguna Bacalar de norte a sur. Se





**La Chinesca es una zona en el centro histórico de la ciudad de Mexicali, en Baja California, México donde han habitado, vivido, comerciado y construido habitantes de origen chino desde inicios del siglo XX**

le quitó la cadena, se hizo valer el Estado de derecho, y se está remodelando Bacalar, que forma parte de los Pueblos Mágicos. De esta manera se ha ido dando mayor vida a diferentes lugares. En Chetumal, la capital, se bajaron los impuestos sobre la renta, el Impuesto al Valor Agregado y se creó el concepto de Barrios Mágicos para remodelar el centro histórico.

#### **¿QUÉ OTROS PROYECTOS DESTACARÍAN DE LA PRESENTE ADMINISTRACIÓN?**

En diversos lugares del país encontramos que hay muchas obras que quedaron pendientes y que se han terminado. Se acabó el síndrome Akenatón, porque de lo contrario, no estaría terminado el Tren Interurbano México-Toluca.

Pero el presidente tiene nuevos proyectos, así como la propia Secretaría de Turismo. Un ejemplo de ellos es el desarrollado dentro de la Corporación de Servicios al Turista Ángeles Verdes.

#### **¿QUÉ NOVEDADES IMPLEMENTARON DENTRO DE ESTA PATRULLA?**

El programa de Ángeles Verdes es el más antiguo de la Administración Pública Federal, ya que cumplen 63 años. Es la carta de presentación de la Secretaría de Turismo, la carta noble y bondadosa con el turista. Resulta que nos encontramos con más de 200 unidades de patrullas de los Ángeles Verdes en el deshue-

sadero, los uniformes totalmente desgastados y cero tecnologías.

Ángeles Verdes presta servicio gratuito al turismo nacional, que es el 82% de todos aquellos que se desplazan por todo el país, y que tienen una derrama económica superior a los 140.000 de dólares. Es por ello que los programas sustantivos los hemos retomado para dejarlos al 100%.

Actualmente, hemos cambiado el 40% de las unidades, y el año que entra lo cambiaremos al 100%, y dejaremos 550 nuevas unidades.

También hemos hecho uniformes nuevos, diseñados por la Secretaría de la Defensa Nacional, y que quedaron perfectamente adaptados para el servicio que tienen en carretera. Creamos también el Centro de Geointeligencia «Alfonso García González» Ángeles Verdes, y ya es posible descargar la aplicación mediante la cual se puede especificar el nombre de la matrícula, la marca y el color del coche, de forma que en cualquier emergencia se contacta con el comando central. Así se va a fortalecer todo ese servicio, dejándolo al 100%.

#### **RECALCA MUCHO LA IMPORTANCIA DE DAR CRÉDITO A LOS PROYECTOS PRETÉRITOS...**

Hace 63 años Alfonso García González creó los Ángeles Verdes. El Centro de Geointeligencia lleva el nombre de su fundador para que se le dé el mérito a quien concibió este programa. La medalla al mérito de los Ángeles Verdes también reconoce a Alfonso García González. Aquí no estamos

**VER AQUÍ**



[Conversación con Miguel Torruco Marqués](#)

[Centro de Geointeligencia  
Ángeles Verdes, Premio  
Excelencias Turísticas 2022](#)

para robarnos programas. En el salón de Pueblos Mágicos de la Secretaría de Turismo se encuentra la fotografía de Leticia Navarro, porque ella fue la creadora de este proyecto.

También Antonio Enrique Savignac marcó un hito en la historia del turismo. Fue el creador de Infratur, que luego lo fusiona y crea el Fondo Nacional de Fomento al Turismo (Fonatur). Fue subsecretario de Turismo y secretario de Turismo, y ha sido el único secretario que ha durado los seis años. Históricamente, la mayoría ha durado unos 3 años.

Honor a quien honor merece. En el salón principal está la fotografía histórica de todos aquellos que han pasado por esta Secretaría, y lleva el nombre del presidente Emilio Portes Gil, quien en 1929 crea la Comisión Mixta Proturismo, primer órgano del Ejecutivo Federal para guiar, orientar y dirigir la política turística del país. A la postre, fue la Dirección General de Turismo, y más tarde, en el decreto del 1 de enero de 1975, sube a rango de Secretaría de Turismo.

#### **¿QUÉ OTRAS INICIATIVAS HAN INAUGURADO RECIENTEMENTE?**

Iniciamos el Museo Casa Manzanero en Yucatán, hemos inaugurado una nueva sede para el Abierto Mexicano de Tenis en Acapulco... Creamos en Mexicali un Chinatown, el barrio de «La Chinesca», con el apoyo de la antigua presidenta municipal de Mexicali y actual gobernadora del Estado de Baja California, Marina del Pilar Ávila.

En Orizaba hemos creado el Museo de la Hotelería Mexicana. Eso son cuatro grandes programas de presidencia, los programas sustantivos de SECTUR que nos atribuye la Ley Orgánica de la Administración Pública Federal a través del Plan Nacional de Desarrollo, y que vienen a fortalecer los nuevos productos.





EPIGUREÍSMO

# A LA MEXICANA





TEXTO: REDACCIÓN EXCELENCIAS  
FOTOS: SECRETARÍA DE TURISMO DE GUANAJUATO

**E**l placer como bien supremo y la vida tranquila como meta más importante es la filosofía que siguen en Guanajuato, un estado mexicano donde una nueva definición de bienestar aguarda al visitante en los hoteles, ex haciendas y spas de la región, con delicadas aguas termales, un clima regenerador y profesionales de la hostelería siempre listos para hacer de cada visita una gran experiencia.

Se trata del epicureísmo..., pero a la mexicana. Esta doctrina filosófica fundada por Epicuro, uno de los grandes filósofos de la cultura griega, promueve la búsqueda del placer y la tranquilidad como valores fundamentales para una vida feliz y plena.

Aplicado al turismo, suele entenderse como una nueva manera de entender como disfrutamos y experimentamos nuestros viajes. Encontrar y disfrutar de los placeres simples, en lugar de perseguir afanosamente actividades agotadoras o materialistas, forma parte de la aplicación de esta filosofía, centrada en apreciar las pequeñas cosas, sumergirse en experiencias auténticas y cultivar momentos de disfrute y relajación.

El epicureísmo enseña a no centrarnos exclusivamente en destinos turísticos famosos o en actividades de moda, cuando podemos encontrar alegría en aspectos simples, como disfrutar de una comida local auténtica, pasear por las calles pintorescas de un pueblo o relajarnos en una playa tranquila.

También insta a evitar el exceso y buscar un equilibrio en nuestra programación de viaje: en vez de agotarnos intentando visitar cada atracción en un tiempo limitado podemos elegir aquellas actividades que nos brindarán más satisfacción, permitiéndonos descanso y disfrute.

En línea con la filosofía epicúrea, el enfoque en el turismo es más sobre la calidad de las experiencias que sobre la cantidad. También enfatiza en establecer más conexiones humanas y culturales. Basta ya de solo observar cómo espectadores: podemos interactuar en las localidades y aprender sus costumbres y tradiciones, sumergiéndonos en la autenticidad de la cultura visitada.

## CON UN CLIMA CÁLIDO PRIVILEGIADO Y UNA POSICIÓN ESTRATÉGICA EN EL CENTRO DEL PAÍS, EL ESTADO DE GUANAJUATO ES EL DESTINO POR EXCELENCIA PARA EL SIBARITA CONTEMPORÁNEO

### SOLO EN GUANAJUATO

Un suelo fértil y abundante luz solar hacen de Guanajuato un destino mexicano de enoturismo. Más de 15 opciones de haciendas y hoteles vinícolas nos esperan para la cata de vinos artesanales y orgánicos de la región, el maridaje perfecto para la rica gastronomía local.

La Secretaría de Turismo del Estado nos enamora, en un comunicado de prensa, con que el territorio no sólo es sinónimo de cultura e historia sino también de lujo y relajación.

El estado de Guanajuato cuenta con una ubicación privilegiada, gran conectividad e incluye destinos imperdibles para quien busca conocer la esencia de México, pues ofrece a sus visitantes experiencias fascinantes: con dos ciudades declaradas Patrimonio Mundial por la UNESCO, cinco importantes zonas arqueológicas, seis pintorescos Pueblos Mágicos, emocionantes rutas turísticas y un amplio calendario de eventos culturales, musicales y deportivos de gran formato a lo largo del año.

Sus callejuelas adoquinadas guardan la memoria de aquel esplendor desbordante de oro, plata y piedras preciosas que alguna vez brotaron de sus minas y que hoy hacen eco en sus hoteles de lujo, restaurantes, spas de aguas termales, cabalgatas en la naturaleza o a través de las rutas naturales del vino.

Si es calma lo que necesitamos, no hay mejor lugar en el centro de México





**Uno de sus secretos mejor guardados son sus vinos.**

## **El estado de Guanajuato cuenta con una ubicación privilegiada, gran conectividad e incluye destinos imperdibles**

que el Pueblo Mágico de Mineral de Pozos, anteriormente un pueblo «fantasma» (y ahora lleno de vida) a una hora de Dolores Hidalgo y de San Miguel de Allende, al noreste del estado.

Este encantador Pueblo Mágico es un destino ideal para quienes echan a andar con cámara en mano y buscan descubrirse en el sonido de sus propios pasos. Las oportunidades gastronómicas están a la orden del día en el pueblo y hay que probar el colonche, que es un fruto fermentado; los tacos de escamoles, las deliciosas larvas de hormiga y, en temporada, los famosos (y deliciosos) gusanos del maguey.

Por la noche aguardan hoteles boutique que comprenden la necesidad de calma y comfort, como el Loft Boutique Mineral del Cielo, donde puedes quedarte en un espectacular loft de piedra o el Hotel Boutique Casa Diamante, donde, además de las amenidades usuales, se ofrece un tratamiento de baño en cerveza que promete regenerar la piel con su aporte de vitamina B y proteínas. Se trata de una experiencia total pues su corolario es disfrutar una de sus cervezas arte-

sanales premium que son un deleite para los más exigentes.

La oferta enoturística del estado de Guanajuato, es en realidad uno de los secretos mejor guardados del estado. Se trata de recintos vinícolas de los más altos vuelos, con una producción de más de 300 mil botellas al año y que se concentran cerca de importantes ciudades como San Miguel de Allende, Salvatierra, León y su ciudad capital, también llamada Guanajuato.

Actualmente con el lanzamiento de la Ruta del Vino Guanajuato «Valle de la Independencia» La Ruta del Vino «Valle de

la Independencia» - Guanajuato te permite descubrir las memorias históricas de la Vid en Guanajuato explorando la hermosa ciudad patrimonio de la Humanidad de San Miguel de Allende y recorriendo los Pueblos Mágicos de Dolores Hidalgo y Comonfort.

La Ruta del Vino «Valle de la Independencia»- Guanajuato, tiene como valor diferencial la integración de la oferta turística de los destinos: En un recorrido de 77 kilómetros el visitante podrá elegir un abanico de por lo menos 300 opciones no sólo vinícolas, sino de hospedaje,



**El enfoque en el turismo es más sobre la calidad de las experiencias que sobre la cantidad.**





**La oferta de turismo de bienestar incrementa la energía corporal y mental y fomenta el equilibrio emocional.**

gastronómica, wellnes, culturales entre varias otras.

Cerca de la ciudad capital se encuentra precisamente uno de los viñedos más altos del mundo (ubicado a casi 2 mil 5 metros sobre el nivel del mar) con las mejores vistas de la región.

El viñedo Camino de Vinos, forma parte de la Ex Hacienda Jesús María, un hotel que compagina la arquitectura de piedra de principios de siglo XX, con terrazas y cuerpos de agua, donde la vista se pierde en la inmensidad de la sierra. Más hacia el este, cerca de San Miguel de Allende,

existen algunos viñedos de cientos de hectáreas donde la cata de vinos se conjuga con spas y estancias privadas, perfecto para viajeros que necesitan poner una pausa al ruido del mundo.

En esta tesitura encontramos La Santísima Trinidad y San Francisco, donde la estancia puede incluir, además de la cata maridada con queso y aceite de oliva; un delicioso masaje en el spa, clases de yoga, de equitación y de polo.

Entre otros viñedos interesantes en la región se encuentran los Viñedos Azteca, Viñedos Cuna de Tierra, Hacienda San José Lavista o Viñedo Bodega Dos Búhos, este último con botellas de Cabernet Franc capaces de regresarnos el gusto por la textura y la delicadeza del vino.

Después de disfrutar el cálido sol de los viñedos se antoja dejarse seducir por las aguas termales, los masajes y los tratamientos detox en la hermosa ciudad de San Miguel de Allende.

Aquí nos esperan lugares como La Gruta, un balneario y spa donde las albercas son de aguas termales que pueden alcanzar los 40 grados centígrados y que, se dice, tienen propiedades medicinales por la gran cantidad de azufre, magnesio, hierro y calcio contenida en el agua.

## **Después de disfrutar el cálido sol de los viñedos se antoja dejarse seducir por las aguas termales, los masajes y los tratamientos detox**

Ahora bien, si lo que se busca es ponerse en manos de profesionales, no hay que dejar pasar la oportunidad de acudir a alguna casa de masajes de prestigio (como Essential Massage & Watsu o Esencia Yoga Spa, por ejemplo) donde se puede transformar el cuerpo a través de un masaje sueco, uno de tejido profundo, o hasta recibir una terapia Watsu (en el agua).

Con esta variada oferta de viajes de experiencia, gastronómicos y enológicos (además de su cercanía estratégica a destinos de playa) el estado de Guanajuato se erige como la región donde el lujo no se esconde y una especie de calma exuberante regresa a los visitantes.

Guanajuato conecta con España vía aérea a través de la Ciudad de México, Dallas, Houston, Chicago y Los Ángeles por medio del aeropuerto Internacional de León – Bajío (BJX), el cual también enlaza con otros importantes destinos turísticos mexicanos como Cancún, Puerto Vallarta, San José del Cabo, Mérida o Monterrey, por mencionar algunos; o bien vía terrestre desde la Ciudad de México o Guadalajara (aproximadamente 3 horas en cada caso, según el destino).







# Diez millones y razones para elegir República Dominicana

**TEXTO:** JOSEFINA PICHARDO  
**FOTOS:** ARCHIVO EXCELENCIAS

**P**róximo a finalizar 2023, el Gobierno dominicano mantiene la proyección de recibir 10 millones de turistas en este ejercicio anual. El ministro de Turismo, David Collado, declaró que su

país «está haciendo historia» y que por primera vez recibirán 10 millones de visitantes al terminar este año... «Y es que cada día nos estamos preparando para ser el mejor destino, el más seguro».

República Dominicana se encuentra entre los destinos más populares y diversos del gran Caribe, gracias a su geografía, playas paradisíacas, exuberante naturale-

za, variedad de paisajes, acompañados de la hospitalidad y amabilidad de su gente, factores que, unidos al desarrollo de un turismo sostenible y cuidadoso del medio ambiente, han coadyuvado al incremento sostenido del flujo de viajeros y de su atractivo turístico.

A propósito de la proyección de República Dominicana por los diez millones de visitantes, Excelencias les trae diez de las muchas razones para no dejar de visitarla.

**REPÚBLICA DOMINICANA SE ENCUENTRA ENTRE LOS DESTINOS MÁS POPULARES Y DIVERSOS DEL GRAN CARIBE, GRACIAS A SU GEOGRAFÍA, PLAYAS PARADISIÁCAS, EXUBERANTE NATURALEZA, VARIEDAD DE PAISAJES, ACOMPAÑADOS DE LA HOSPITALIDAD Y AMABILIDAD DE SU GENTE**

## **PLAYAS PARADISIÁCAS**

Rodeada por el océano Atlántico al norte y el Mar Caribe por el sur, República Dominicana cuenta con más de 1.600 Km de costa y 400 Km de las mejores playas de arena blanca y aguas cristalinas. Desti-





nos como Punta Cana atraen a turistas de todo el mundo debido a la belleza natural de sus playas; Puerto Plata, donde comenzó el turismo en ese país, sigue en la preferencia por su espectacular y extenso paisaje que combina playas con montañas, verdes valles y ríos; o La Romana, una costa de ensueño con preciosas playas desde Dominicus hasta Bayahíbe. En el mar, las islas Saona, Catalina y Catalinita contienen zonas de anidación de tortugas frente a impresionantes arrecifes de coral.

#### **VARIEDAD DE PAISAJES**

Van desde el Pico Duarte –el más alto del Caribe, a 3,087 metros— al cuerpo de agua más bajo, el Lago Enriquillo; y son vitrinas de unas 6.000 especies de flora y

7.000 de fauna, incluyendo cactus, halcones endémicos y ballenas jorobadas. Cautiva a los amantes de la naturaleza para vivir aventuras ecoturísticas en magníficos parques naturales, cordilleras, ríos, verdes poblados de montaña, pueblos de pescadores y exóticos paisajes. Descubrir montañas, cascadas, selvas tropicales y avistamiento de aves conforman una amplia gama de opciones en Barahona, donde se asienta la mayor reserva de biodiversidad y parques. Desde Jarabacoa, región de cascadas y aventuras al aire libre y centro de ecoturismo para viajeros aventureros, se puede practicar rafting y barranquismo y pasear a caballo. Y en Montecristi, aventuras inusuales por túneles de manglares llevan hasta frescas lagunas.

### **En el mar, las islas Saona, Catalina y Catalinita contienen zonas de anidación de tortugas frente a impresionantes arrecifes de coral**

#### **CULTURA Y PATRIMONIO**

La cultura nacional, con componentes taínos, europeos y africanos, ha originado una población diversa, a la que se suman comunidades judías, japonesas y afrocaribeñas. Pasión por la música y el baile, asiento del merengue, la bachata y el son, República Dominicana tiene una rica historia y cultura que se refleja en sus ciudades coloniales, como Santo Domingo, la capital, primera ciudad fundada en Amé-





**La cocina dominicana fusiona influencias africanas, españolas y taínas, mestizaje culinario que genera una amplia variedad de sabores**

rica y hoy la más moderna y dinámica del Caribe, donde armonizan lo antiguo y lo nuevo. Explorar la Ciudad Colonial, declarada Patrimonio de la Humanidad por la UNESCO en 1990, es una experiencia de por vida; este barrio histórico exhibe un laberinto de calles estrechas llenas de maravillas arquitectónicas que van desde el siglo XVI hasta principios del XX.

#### **ACTIVIDADES Y DEPORTES ACUÁTICOS**

República Dominicana ofrece una amplia gama de actividades y deportes acuáticos como snorkel, buceo, surf, kitesurfing y pesca. Sus aguas cristalinas y condiciones ideales hacen de estas actividades una atracción especialmente popular para los visitantes. Una de las mejores zonas de snorkel y buceo, Cayo Siete Hermanos, se encuentra a lo largo de la bahía de Montecristi; en el pueblo playero y cosmopolita de Juan Dolio

hay varios centros de buceo; en Puerto Plata, dadas sus peculiaridades geográficas por los vientos alisios constantes, los ríos, la vasta Cordillera Septentrional y el Océano Atlántico se favorece la aventura al aire libre; y el pueblo de Sosúa posee hermosas playas y diversos puntos de buceo.

#### **GASTRONOMÍA**

La cocina dominicana fusiona influencias africanas, españolas y taínas, mestizaje culinario que genera una amplia variedad de sabores, desde pescados y mariscos frescos hasta postres dulces, como el flan o el bizcocho dominicano. Destacan el mangú, uno de los platos más populares, a base de plátanos verdes hervidos; la bandera, plato nacional, compuesto por arroz blanco, vegetales y carne guisada; sancocho, un guiso, que es un clásico, moro de gandules, tostones...

#### **EVENTOS**

Se llevan a cabo numerosos eventos que reflejan la cultura, la música, el arte y las tradiciones dominicanas. La lista de los más destacados la encabeza el Carnaval, festividad colorida y llena de alegría que

se celebra en febrero, cuando las calles se llenan de desfiles, comparsas, música y baile. Como tributo al más emblemático género musical dominicano, cada julio viene el Festival del Merengue. Tienen lugar también los festivales de Jazz, en noviembre, y de Cine Global Dominicano.

**República Dominicana ofrece una amplia gama de actividades y deportes acuáticos como snorkel, buceo, surf, kitesurfing y pesca**







**Punta Cana, Casa de Campo y Puerto Plata albergan algunos de los mejores campos de golf de la región.**

### MODALIDADES DE TURISMO

La diversidad de atractivos de República Dominicana coadyuva a conformar un producto turístico combinado de diferentes modalidades, cada una de las cuales propicia una experiencia diferente y única, que complementan la estan-

cia. Encabezado por el Turismo de sol y playa, particularmente en Punta Cana, Puerto Plata, Samaná y La Romana; también el destino dominicano es fuerte en Turismo cultural, dada su rica historia y cultura que se refleja en su arquitectura colonial, museos, festivales y tradiciones; y en el Turismo de naturaleza y ecoturismo, sobre la base de una abundante biodiversidad y una gran variedad de paisajes naturales. Mención especial para el Turismo de golf, para el cual ha habilitado gran cantidad de campos de golf diseñados por reconocidos arquitectos e instalaciones de clase mundial; Punta Cana, Casa de Campo y Puerto Plata albergan algunos de los mejores campos de golf de la región.

### INFRAESTRUCTURA TURÍSTICA

República Dominicana ha invertido significativamente en su infraestructura turística en las últimas décadas, especialmente en la zona de Punta Cana y Bávaro. Hay una amplia selección de resorts, hoteles de lujo y servicios turísticos que brindan comodidad y satisfacción a los visitantes, y que le permite mantenerse como uno de los destinos turísticos más atractivos del Caribe.

### Dispone desde hoteles de lujo, complejos turísticos y resorts todo incluido hasta posadas, hostales y apartamentos turísticos

Dispone desde hoteles de lujo, complejos turísticos y resorts todo incluido hasta posadas, hostales y apartamentos turísticos, en mayor medida en los principales polos, como Punta Cana, Puerto Plata y Samaná. En tanto, brinda igualmente una amplia gama de servicios turísticos que incluyen agencias de viajes, guías turísticos, excursiones y actividades organizadas, servicios de spa y bienestar, restaurantes, bares y establecimientos de entretenimiento.

### ACCESIBILIDAD Y CONEXIONES DE TRANSPORTE

El país cuenta con varios aeropuertos internacionales que viabilizan el acceso a los visitantes desde diferentes partes del mundo y otros domésticos que facilitan los movimientos internos. La principal puerta de entrada es el Aeropuerto Internacional de Las Américas (SDQ), de Santo Domingo; y uno de los más importantes,







el Aeropuerto Internacional Punta Cana (PUJ). Además, representan volumen del flujo de pasajeros los aeropuertos internacionales de Cibao (STI), en Santiago de los Caballeros; Gregorio Luperón (POP), en Puerto Plata; y La Romana (LRM), en la ciudad homónima. Asimismo, posee una buena infraestructura de carreteras, autopistas y sistemas de transporte público para el desplazamiento interno.

#### DESTINOS

En el producto turístico de República Dominicana se identifican 10 destinos de excelencia, cada uno con su propia belleza y peculiaridades:

**Jarabacoa es conocida como la "ciudad de las montañas", es ideal para los amantes del ecoturismo y los deportes de aventura. Rodeada de montañas y ríos cristalinos, es un excelente escenario para realizar senderismo, rafting y ciclismo de montaña, entre otras actividades**

**1 Punta Cana:** Uno de los lugares más populares, renombrado por sus impresionantes playas de arena blanca y resorts de lujo.

**2 Santo Domingo:** La ciudad capital presenta una combinación única de historia y cultura. Su Casco Antiguo alberga la primera catedral y el primer castillo de América.

**3 Samaná:** Emplazada en la península nordeste, es conocida por sus impresionantes paisajes naturales, playas vírgenes y cascadas exuberantes. Región donde se pueden avistar las majestuosas ballenas jorobadas durante la temporada de migración.

**4 Puerto Plata:** Rodeada de montañas y bañada por el océano Atlántico, descubre paisajes impresionantes, playas de ensueño y una rica historia colonial. Entre sus atracciones se encuentra el Teleférico, desde el cual se observan vistas panorámicas de la ciudad y sus alrededores.

**5 La Romana:** Conocida por su lujo y exclusividad, es famosa por sus resorts de clase mundial y campos de golf de primer nivel. Es el punto de acceso cercano a la isla de Saona, muy popular para realizar excursiones en barco.

**6 Barahona:** Ubicada en el suroeste, armoniza montañas, playas y rica biodiversidad. Destaca por su espectacular Lago Enriquillo, que es el lago más grande del Caribe y alberga una gran cantidad de especies endémicas.

**7 Cabarete:** Reconocida en el ámbito mundial como la capital del kitesurfing, atrae a los amantes de los deportes acuáticos y las actividades al aire libre. Sus vientos constantes y olas permiten el disfrute de deportes como el kitesurfing, windsurfing y surf.

**8 Las Terrenas:** Situada en la Península de Samaná, es idílica por sus hermosas playas y cascadas en un ambiente relajado.

**9 Jarabacoa:** Conocida como la "ciudad de las montañas", es ideal para los amantes del ecoturismo y los deportes de aventura. Rodeada de montañas y ríos cristalinos, es un excelente escenario para realizar senderismo, rafting y ciclismo de montaña, entre otras actividades.

**10 Cayo Levantado:** Pequeño paraíso tropical que se encuentra frente a la costa de Samaná. Sus playas de arena blanca, aguas turquesas y densos bosques la convierten en un sitio perfecto para descansar y relajarse en un entorno natural.



A N O 35

# LA FERIA DE TURISMO B2B MÁS IMPORTANTE DE AMÉRICA



9 A 12 DE NOVIEMBRE > 2023  
GRAMADO > RS

  
**Festuris**  
GRAMADO

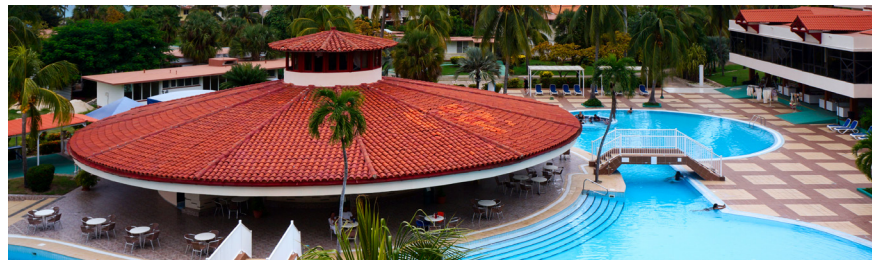


# Gran Caribe te invita a **VARADERO Y JARDINES DEL REY**



## **HOTEL LAS MORLAS**

Hotel 4 estrellas, ofrece servicios bajo la modalidad Todo Incluido. Situado en la mejor zona de playa, a pocos minutos del centro de Varadero y muy cerca de su boulevard. Posee 148 habitaciones distribuidas entre dobles, junior suites y dúplex.



## **HOTEL VILLA CUBA**

Hotel 4 estrellas, modalidad Todo Incluido. Situado en primera línea de playa, próximo al Varadero Golf Club y a pocos minutos del centro de Varadero. Cuenta con 365 habitaciones, distribuidas entre bungalows y hermosas villas, algunas de ellas contando con piscina privada.



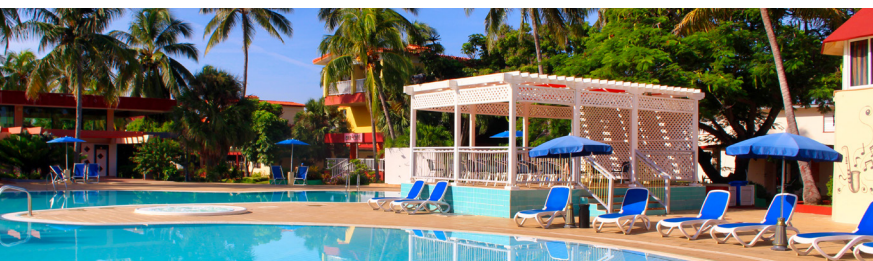
## **HOTEL KAWAMA**

Hotel 3 estrellas, modalidad Todo Incluido. Hermosa construcción de los años 30 con vistas al canal de Varadero. Cuenta con 336 habitaciones y una ubicación privilegiada, pues se sitúa en excelente franja de playa.



## **HOTEL VIGÍA**

Hotel 4 estrellas, modalidad Todo Incluido, ubicado en Cayo Guillermo, cerca de Playa Pilar y próximo a una de las barreras coralinas más bellas del mundo. Posee 268 habitaciones en forma de Bungalow.



## **HOTEL VILLA TORTUGA**

Hotel 3 estrellas, modalidad Todo Incluido. Cuenta con 292 habitaciones y se encuentra ubicado en primera línea de playa, justo en la entrada de Varadero, cerca de la Plaza de Artesanos y del Banco Financiero Internacional. Atractivas propuestas de alojamiento le aguardan también en Jardines del Rey, ubicado en el centro-norte de Cuba. Lugar ideal para el descanso y disfrute al amparo de la naturaleza.



## **CAMINO DEL MAR**

Hotel 5 estrellas, situado en Cayo Guillermo a pocos metros de una de las playas de arena blanca más bellas, cuenta con 314 habitaciones y brinda servicios bajo la modalidad todo incluido. Se distingue por una pasarela que penetra las aguas poco profundas de su entorno, animación diurna y nocturna y deportes náuticos no motorizados que harán de su estancia una experiencia memorable.





## Varadero



Hotel Kawama  
★★★★



Hotel Las Morlas  
★★★★



Villa Tortuga  
★★★★

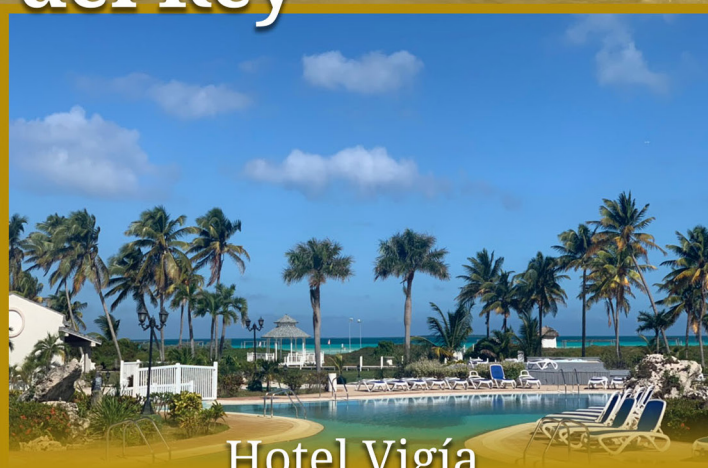


Hotel Villa Cuba  
★★★★★

## Jardines del Rey



Hotel Camino del Mar  
★★★★★



Hotel Vigía  
★★★★★



# ¿Es **CUBA** un **DESTINO DE EVENTOS?**







La Habana y Santiago de Cuba fueron escenario de más de 100 conciertos del último Jazz Plaza.

POR: YURISANDER GUEVARA  
FOTOS: ARCHIVO EXCELENCIAS

## LA MAYOR DE LAS ANTILLAS DESPLIEGA UN AMPLIO CALENDARIO DE EVENTOS INTERNACIONALES A LO LARGO DE TODO EL AÑO, ESPECIALMENTE EN LOS APARTADOS TURÍSTICOS, ECONÓMICO Y CULTURAL

**¿E**s Cuba un destino de eventos? La interrogante encuentra respuesta cuando se pasa revista a lo que ha sucedido este año en la Mayor de las Antillas, y se repara en que, efectivamente, se han celebrado encuentros internacionales en los ámbitos turísticos, económico y cultural, todos con una amplia repercusión.

Entre la amplia lista de eventos acontecidos este año en Cuba no se puede dejar de mencionar el recién concluido X Seminario Gastronómico Internacional Excelencias Gourmet, que bajo el título «Gastronomía hispana: fusiones y proyecciones americanas», reunió a expertos de varias naciones en el marco del 25 aniversario del Grupo Excelencias.

Durante tres días se intercambió en La Habana sobre la nueva gastronomía, y se profundizó en las fusiones de la cocina hispana con las americanas, propiciadas por el viaje de ida y vuelta de los alimentos. Al encuentro asistieron expertos de España, Colombia, México, Chile,

República Dominicana, Argentina, Perú, Venezuela y Cuba, entre otros países de Iberoamérica.

Mirando atrás en el calendario, el año comenzó a todo jazz, con el Festival Internacional Jazz Plaza. Los amantes de este género estuvieron de plácemes durante varias jornadas con lo que más vale y brilla en Cuba y varios países el mundo.

El segundo mes del año dio inicio a la Feria Internacional del Libro, una fiesta de la literatura que siempre ha sido prestigiada por prominentes figuras cubanas e internacionales. Y ya en los finales de febrero y los primeros días de marzo se reunieron en la capital de Cuba más de 2 000 aficionados y expertos para disfrutar de los mejores puros del mundo en el XXIII Festival del Habano, una cita que

incluyó visitas a las fábricas de los Habanos, intercambios con productores de la aromática hoja y una subasta pública, todo un espectáculo por la calidad de los humedores expuestos.

La Feria ExpoHolguín 2023 reunió al oriente de Cuba a empresarios estatales y privados para concertar negocios durante el mes de abril, antesala del evento turístico más importante de la Mayor de las Antillas: la Feria Internacional de Turismo de Cuba.

FitCuba 2023, efectuada del 1ro. al 5 de mayo en el Parque Morro-Cabaña, antigua fortaleza española que, majestuosa, domina la entrada de la Bahía de La Habana, reunió a miles de turoperadores, agencias de viaje, hoteleros y expertos del sector.

Si de turismo de naturaleza se trata, Biotur es la cita por excelencia en Cuba. Con-





**El país posee espacios para la realización de diversas actividades relacionadas con un evento de negocios.**

vocado por la agencia de viajes Ecotur, este año el recorrido abarcó el oriente del país, con locaciones aclamadas por su exuberante belleza y excelente estado de conservación.

A mitad de año, como es tradición, Santiago de Cuba celebró la segunda feria de negocios más importante del país: ExpoCaribe. En esta ocasión asistieron unas 300 entidades cubanas y de 11 países de Latinoamérica, Asia, África y Europa.

Y justo iniciaba el verano cuando acontecieron dos eventos de trascendencia en diferentes ámbitos: Santiago de Cuba «ardió» con el Festival Internacional del Caribe y su fiesta del fuego, un evento que une a los pueblos de la región y que tuvo a México y sus celebraciones de la vida y la muerte como motivos centrales. Más al occidente, el Hotel Meliá Internacional de Varadero fue sede del 39 Congreso de la Federación de En-

tidades Organizadoras de Congresos de América Latina (Cocal).

La 1ra. Feria Internacional del Deporte, otra edición del Festival Internacional de Cine de Gibara, y el Festival Varadero Josone animaron la geografía nacional cubana de oriente a occidente durante el mes de agosto.

Para el noveno mes del año el balneario más famoso de Cuba, Varadero, reservaba nuevas emociones con la segunda edición del Gran Retto, un evento deportivo de aguas abiertas que recibió competidores de países como México, Cuba, España y Estados Unidos, y que pretende expandirse en el futuro con otras disciplinas, mientras que, unos días más tarde, se llenó de sabor con el 13er. Festival Internacional Varadero Gourmet.

Cuba siempre reserva casi al finalizar el año un espacio para la Feria Internacional de La Habana (FIHAV). El evento reúne a lo más valioso del empresariado cubano y recibe a decenas de expositores provenientes de varios continentes para establecer negocios in situ.



**Es posible disfrutar de las ofertas culturales y gastronómicas de la Isla mientras se realizan actividades empresariales.**





**GOLDBLACK**

i n v e s t m e n t s



# Surf y kitesurf en Cuba ¿cómo

TEXTO: YURISANDER GUEVARA FOTOS: ARCHIVO EXCELENCIAS

**C**uba es un país que ofrece muchas opciones para los amantes del surf y el kitesurf, con playas de arena blanca y aguas cristalinas que se adaptan a diferentes niveles de habilidad.

Aunque no es el destino más popular para el surf, hay lugares interesantes con buenos rompientes en la costa norte, cerca de La Habana, como son Brisas del Mar y Mégano.

Ambas locaciones se encuentran en la larga franja costera conocida como playas del Este, y ofrecen una arena muy fina y blanca, con excelentes condiciones para los deportes acuáticos en general.

El Brisas del Mar Resort es la principal opción de alojamiento en la zona, famosa, además, por su variada fauna.

El extremo oriental de la isla, en la provincia de Guantánamo, ofrece las mejores condiciones para el surf, ya que el oleaje es más constante desde finales de septiembre hasta diciembre.

Por ejemplo, puedes disfrutar de uno de los mejores puntos para el surf en Yumurí, a 30 km al este de Baracoa, que ofrece una «ola de derechas», como se nombra al tipo de ola que viene hacia el surfista y romperá en esa dirección.

Otros lugares de especial interés son el cabo de San Antonio, Gibara, Playa Mar Ver-

## practicarlo?

**LAS HERMOSAS PLAYAS DE CUBA, ASÍ COMO EL MAR QUE LA RODEA, SON IDEALES PARA LA PRÁCTICA DE DEPORTES ACUÁTICOS. TE CONTAMOS CÓMO HACERLO**

**El kitesurf surgió en la década de los 80 ante la necesidad de contar con una actividad alternativa al windsurf.**







## CONOCE MÁS SOBRE EL SURF

El surf es un deporte que consiste en deslizarse sobre las olas del mar con una tabla. Para practicarlo necesitas algunos conocimientos básicos. Por eso, te recomendamos:

- Elegir una tabla adecuada a tu nivel, peso y altura. Las tablas más grandes y anchas son más estables y fáciles de usar para los principiantes, mientras que las más pequeñas y estrechas son más ágiles y rápidas para los expertos.
- Usar un traje de neopreno que te proteja del frío y de las rozaduras. El grosor del traje depende de la temperatura del agua y del aire. En general, se recomienda un traje de 4/3 mm para el invierno y uno de 3/2 mm o menos para el verano.
- Atar el invento o leash a tu pie trasero y a la cola de la tabla. El invento es una cuerda elástica que evita que pierdas la tabla si te caes al agua.
- Aplicar parafina a la parte superior de la tabla donde se ponen los pies. Esto sirve para evitar resbalones y mejorar el agarre.
- Aprender la técnica del remo, el take off y el equilibrio. El remo consiste en impulsarte con los brazos sobre la tabla para alcanzar las olas. El take off es el momento en que te pones de pie sobre la tabla cuando la ola te empuja. El equilibrio es la habilidad de mantener la postura y controlar la dirección y la velocidad sobre la tabla.
- Conocer las normas de seguridad y etiqueta del surf. Debes respetar las zonas habilitadas para este deporte, las preferencias de paso, las señales de advertencia y las condiciones meteorológicas. También debes ser prudente y responsable con tu nivel y tus límites, y pedir ayuda si lo necesitas.

de, La Setenta y Cayo Coco. Hablamos de locaciones repartidas por todo el archipiélago en las que, además, las condiciones para hacer ecoturismo son excepcionales.

Para la práctica del kitesurf Cuba sí se ha afianzado como uno de los lugares idóneos para ello, ya que cuenta unas condiciones climáticas perfectas, especialmente entre los meses de octubre y marzo.

Muchos de los kitesurfers que van a Cuba prefieren las costas del norte, donde el viento predominante es de este-noroeste casi todo el año, concretamente en Santa María del Mar (en las Playas del Este de La Habana), Varadero, Cayo Guillermo y Cayo Coco.

En toda Cuba hay gran cantidad de empresas que ofrecen clases particulares tanto para surfistas principiantes como avanzados.

## EL KITESURF, EXPLICADO

Si gustas del kitesurf pero nunca te has atrevido, quizá es bueno que conozcas algunos detalles sobre este deporte.

El equipo básico consta de una cometa, una tabla, un arnés, un chaleco de impacto, un casco y una correa de seguridad. Debes elegir el tamaño y el tipo de cometa y tabla que se adapten a tu peso, nivel y condiciones de viento. Puedes consultar a un experto o a una tienda especializada para que te asesoren sobre el material más adecuado para ti.

Las lecciones son esenciales para aprender los conceptos básicos del deporte, como el manejo de la cometa, el control de la dirección y la velocidad, el despegue y el aterrizaje, y las técnicas de emergencia.

La seguridad es lo más importante. Debes respetar las reglas del lugar donde practiques, como las zonas permitidas, las restricciones horarias o las señales de advertencia.





PRIMAVERA y toda  
**ARGENTINA**  
por descubrir







## HABLEMOS DE RUTAS, DE LUGARES POR LOS QUE PERDERSE, DE UN PAÍS QUE MERECE SER DESCUBIERTO

TEXTO: REDACCIÓN EXCELENCIAS / FOTOS: ARCHIVO EXCELENCIAS

Los últimos meses del año, en el hemisferio sur llega la primavera y los paisajes se transforman con el color de las flores. Si bien Argentina es linda todo el año, desde fines de septiembre toma un gusto diferente. El sol se asoma y los planes al aire libre redoblan apuestas y cada rincón del país ofrece nuevas postales.

Hablemos de rutas, de lugares por los que perderse, de un país que merece ser descubierto. Empecemos entonces por una de las estrellas en esta estación: **Chubut.**

Para celebrar los meses de flores, un campo de tulipanes crece en Trevelin. Situado a 14 kilómetros de la ciudad, ofrece múltiples colores para alimentar la vista y se puede visitar hasta el 5 de noviembre.

El campo se encuentra en la zona del Área Natural Protegida Cascadas Nant y Fall nombrada así por el río que viaja por ella. Este sitio resguarda siete cascadas que varían en forma y altura, pero pudiendo llegar a los 64 metros. Y si además de disfrutar de las vistas desea indagar un poco en su historia, a pocos minutos de allí se encuentra el Molino Harinero Nant Fach, donde se puede conocer sobre los

primeros colonos galeses en la Patagonia.

Otro atractivo próximo es el Campo de Peonías, que florece en diciembre. Desde allí es ideal combinar el recorrido con una visita a la Represa Futaleufú o tomar un té galés en Trevelin.

Rodeado por la cordillera de los Andes, el Lago Baggilt crea en la Patagonia un espacio que parece estar diseñado específicamente para todos los apasionados de la naturaleza. Área también protegida, es una chincheta en el mapa para aquellos que disfrutan del senderismo. Son 1500 hectáreas a 1000 metros sobre el nivel del mar de arroyos y bosques que culminan en el lago nacido al pie del Cerro Cónico.

Seguimos viajando para llegar a uno de los once Patrimonios de la Humanidad que tiene Argentina. **El Parque Nacional Los Alerces** nos recibe con árboles que tienen más de un milenio de vida. Su biodiversidad debe ser conservada pues la conforman alerces que llegan a los 2600 años de vida.

Y quien llega al bosque patagónico, si recorre varios kilómetros también puede llegar hasta el mar. La costa argentina, bañada por el Océano Atlántico, es en primavera el hogar de una gran diversidad de fauna marina.





Los Alerces recibe al visitante con paisajes y árboles con más de un milenio de vida.

## El Parque Nacional Los Alerces recibe con árboles que tienen más de un milenio de vida

Podemos hacerles una visita a los pingüinos de Magallanes, saludar a las ballenas y ver saltar a los delfines. Las ballenas franco australes son una especie protegida en las aguas argentinas y visitan el país desde junio, quedándose hasta diciembre para dar a luz a sus crías. La Península Valdés, lugar en el que se reúnen, tiene tres sellos honoríficos: además de ser Patrimonio de la Humanidad, es Sitio Ramsar y Reserva de Biosfera.

## LAS CATARATAS DEL IGUAZÚ, MARAVILLA NATURAL DEL MUNDO

Ubicadas en Misiones, las Cataratas del Iguazú son una de las Siete Maravillas Naturales del mundo. El clima agradable de los meses de primavera es perfecto para realizar paseos y actividades como viajes en barco por el río que pone nombre a las cataratas, hasta llegar a la Garganta del Diablo.

Su nombre se debe a una leyenda que vale la pena conocer a medida que se descubre el sitio, en la que el amor de una princesa con un príncipe guaraní llenó de ira a un dios con aspecto de serpiente, que partió las aguas y convirtió a ella en una gran roca donde cae la cascada y a él, en un árbol.

Para llegar y contemplar la imponente cascada también se puede ir a pie o viajar en el tren ecológico de la selva. La garganta la conforman saltos que llegan a los 150 metros de altitud que, según

el Parque Nacional de Iguazú, tienen un caudal promedio de 1500 metros cúbicos por segundo.

## LOS CIELOS MÁS LINDOS

Contemplar el cielo argentino también es una forma de hacer

turismo y permite descubrir algunos destinos que, en la noche, parecen incrementar su magia. Un lugar ideal para disfrutar de las estrellas es el Parque Provincial Salto Encantado, en Misiones, donde habita una leyenda guaraní.



Las Cataratas del Iguazú son una de las Siete Maravillas Naturales del mundo.





**San Telmo posee un ritmo peculiar con el que anima las calles argentinas.**

**Se sabe que uno de los destinos imprescindibles de Argentina es Buenos Aires, su capital cosmopolita**

Cuenta la historia que dos jóvenes pertenecientes a tribus enemigas se enamoraron y que estas tribus, al no aceptar su relación, entraron en guerra. Durante el conflicto, cuando los enamorados murieron, el suelo se abrió para cobijarlos, abriendo camino a un gran salto, cuya vertiente de agua -dicen- surgió de las lágrimas de la joven. Tras lo ocurrido los clanes hicieron las paces. El área hoy se puede visitar de día o, además, durante algunas noches, mediante una actividad bautizada «Cielo guaraní», en la que se puede conocer la cosmovisión del pueblo Mbya y disfrutar de un entorno privilegiado por la naturaleza.

El primer sitio con alojamiento certificado de la Fundación Internacional Starlight en Argentina se encuentra en Capilla del Monte, en la provincia de Córdoba. La Reserva Natural Villa Cielo,

ubicada en esta localidad, es un perfecto observatorio natural. Al lado se sitúa en el mapa el cerro Uritorco, donde se puede ver un amanecer inolvidable. Una manera perfecta para terminar una noche bajo las estrellas.

Otros espacios en los que se pueden vivir experiencias únicas bajo las estrellas también se encuentran el Centro Astronómico El Leoncito (CASLEO) y el Observatorio Carlos U. Cesio del Parque Nacional El Leoncito. Esta área prote-

gida ofrece al menos 300 noches despejadas de las 365 que tiene un año. A pesar de que a primera vista puede hacerse ver como un desierto, el parque tiene una diversidad natural muy amplia entre oasis y montañas. En cuanto a la fauna, es hogar para pumas, guanacos y suris cordilleranos, entre otros ejemplares. Además, el Parque permite realizar actividades como el carrovelismo, que consiste en surfear a bordo de un vehículo sobre ruedas. ¡Imperdible!

Las propuestas de astroturismo se multiplican en la Argentina y a la lista se pueden sumar, entre tantas otras, la visita al Parque Científico y Educativo «Campo del Cielo – Pingüen N'Onaxa» en Chaco, que exhibe unos 300 meteoritos; o un recorrido por el Observatorio de Ampimpa, en Tucumán, ideal para ver la lluvia de estrellas.



**Disfrutar en plena calle de un baile de tango aviva las pasiones que despierta Argentina.**





**Recorrer los parajes argentinos dota a los visitantes de una preciosa experiencia de primera mano.**

## **Ushuaia es la capital de Tierra de Fuego, la Antártida y las Islas del Atlántico Sur**

### **NOVIEMBRE EN LA CIUDAD**

La primavera es esa época del año en que los colores cambian, se vuelven más vívidos, y la gente deja su cómoda manta, para abrirse al sol y disfrutar del aire libre.

En estos meses, en Buenos Aires las flores de los jacarandás tiñen de violeta las ramas de estos árboles y forman una suerte de caminos de una belleza única.

Se sabe que uno de los destinos imprescindibles de Argentina es su capital cosmopolita. En esta estación del año, la ciudad también se llena de planes que abarcan agendas enteras. Podría llamarse capital de la música, puesto que es el lugar indicado para disfrutar de un buen

concierto. En noviembre, el destino vibrará con grandes estrellas, como Taylor Swift con su exitoso Eras Tour, los Red Hot Chili Peppers, o Andrés Calamaro, artista nacional de gran reconocimiento tanto dentro como fuera del país. Además, el Primavera Sound volverá a Argentina por segunda vez en su historia, con artistas como The Cure o Blur, entre otras propuestas.

Siguiendo con la música, el ritmo nos hace llegar hasta el Barrio de San Telmo. Si bien todo el año se puede disfrutar de espectáculos, por ejemplo, de tango, en las calles se incrementan las opciones. Situado en pleno centro, en este barrio se puede disfrutar de murales, bares y galerías de arte, además del pin-

toresco paseo de la historieta, con esculturas de icónicos personajes de cómics y dibujos animados de Argentina, como la famosa Mafalda y sus amigos Susanita y Manolito.

Otro plan para conocer Buenos Aires es montarse en una bicicleta y pedalear por distintos circuitos dispuestos para descubrir cada uno de sus rincones. Puedes recorrer el pulmón verde, paseando por los Bosques de Palermo y la Costanera Norte, adentrarte en el centro sujetando el manillar por Recoleta y Retiro, o alzar la vista y encontrarte en Belgrano o el Barrio Chino.

Buenos Aires es también núcleo gastronómico. Restaurantes





de listas como la de la revista Eater con Alo 's de Alejandro Férauds o Don Julio, considerado uno de los mejores restaurantes por World 's 50 Best Restaurants en 2023, son algunas de las opciones para una aventura gastronómica.

Si ya no deseas seguir en la ciudad y buscas volver a la naturaleza, la vida en el campo por un día puede ser una elección. Desde la ciudad se puede llegar hasta la Provincia de Buenos Aires o, un poco más allá, hasta La Pampa, para adentrarse en la vida rural argentina. En la región se ofrecen excursiones a fiestas gauchas, dónde se pueden realizar actividades y probar comida tradicional. Muchos de estos emprendimientos ofrecen un día en el campo y otros amplían la estadía e incluye alojamiento.

#### **MENDOZA Y EL VINO**

Con propuestas urbanas y en contacto con la naturaleza, Mendoza es otro imperdible de Argentina.

En este contexto, las papilas gustativas se abren hacia el vino argentino y no se puede dejar

de probar el clásico Malbec o degustar -entre otros- un Cabernet Sauvignon, un Bonarda o un Chardonnay, cuyo punto común es el carácter distintivo y la excelencia. Realizar la ruta del vino en primavera tiene el plus de que es posible ver los primeros racimos que crecen en los viñedos, enmarcados por la Cordillera de los Andes.

En Mendoza existen distintas regiones vitivinícolas (Norte, Centro, Valle de Uco, Sur, Este) en las que el visitante puede iniciar un aprendizaje sobre este mundo y escuchar a sus protagonistas contar lo que es el sector y su historia. Las bodegas ofrecen servicios como menús o catas que completan la experiencia gastronómica.

A pesar de estar hablando de la primavera, tenemos que hacer un breve inciso para desplazarlos de estación. Y es que, a fines del verano -entre febrero y marzo-Mendoza celebra su máximo esplendor cultural con la Fiesta Nacional de la Vendimia. Realizada desde el año 1936, se ha convertido con el paso del tiempo en uno de los mayores atractivos turísticos de esta zona.

#### **EL FIN DEL VIAJE, EN EL FIN DEL MUNDO**

Ushuaia es la capital de Tierra de Fuego, la Antártida y las Islas del Atlántico Sur. Es el enclave conocido como el Fin del Mundo y, en nuestro caso, la conclusión del viaje.

Ushuaia es una ciudad donde aprender sobre la historia de Argentina y disfrutar del ocio y la gastronomía pero, como hemos visto en otros lugares del país, la naturaleza que la rodea brilla con luz propia. El Tren del Fin del Mundo, cuya salida se encuentra a 7 km de la ciudad, transporta al viajero por esos parajes y además parte del Parque Nacional Tierra de Fuego. Es el área protegida más austral del país y muestra en sus raíces el final de la Cordillera de los Andes y su encuentro con el agua del Canal de Beagle.

Hemos empezado el viaje en la Patagonia, nos hemos adentrado en parte de la Argentina y para finalizar hemos regresado a ella. En el camino han quedado infinitos destinos y atractivos por conocer, innumerables experiencias que vivir y una conclusión: hay que recorrer y disfrutar este inmenso y diverso país.



**Contemplar el cielo argentino también es una forma de hacer turismo y permite descubrir algunos destinos que, en la noche, parecen incrementar su magia**

**Conocida como «el faro del fin del mundo», esta instalación de 11 metros de altura todavía presta servicio a los marineros.**



CIUDAD MITAD DEL MUNDO

# Del mito a la experiencia

**TEXTO:** JOSÉ CARLOS DE SANTIAGO  
**FOTOS:** CORTESÍA DEL AUTOR  
 Y ARCHIVO EXCELENCIAS

**POR ESTA ZONA PASA  
 EL ECUADOR, LA LÍNEA  
 QUE DIVIDE EL GLOBO  
 TERRESTRE EN LOS  
 HEMISFERIOS NORTE Y SUR**

**P**ichincha, Ecuador. - Nos encontramos en estos momentos en la mitad del mundo, un lugar excepcional, a solo 30 minutos de la ciudad de Quito, en Ecuador.

Desde donde estamos de pie podemos observar la línea amarilla que, dibujada en el suelo y extendida hasta el horizonte, marca el paralelo que divide al planeta en los hemisferios Norte y Sur.

Esa misma línea atraviesa a la mitad la cama de la habitación principal del nuevo ho-

tel de la Ciudad Mitad del Mundo, complejo turístico y cultural propiedad de la prefectura de la provincia de Pichincha, considerado el segundo destino turístico más popular de Ecuador (después de Galápagos) y proclamado Patrimonio Cultural de la nación.

## **HISTORIA Y CERTEZA CIENTÍFICA**

El Gerente general de la Empresa Pública de Turismo Ciudad Mitad del Mundo, Jorge Eduardo Carrera, quien fue ganador del Premio Excelencias 2015 con el tren turístico de Ecuador, nos acompaña durante el





## Viajeros de todas partes del planeta suelen llegar hasta aquí para vivir la experiencia sin igual de estar en dos sitios al mismo tiempo

«Sin instrumentos fueron capaces de definir el punto exacto, y hoy en día, con todos los elementos que tenemos está definido el punto cero, lo que genera muchas energías», añadió.

Durante el recorrido conversamos con la embajadora de Bolivia en Ecuador, Secundina Flores Solamayo, quien resaltó las similitudes con su país y explicó que son muchos los bolivianos que se acercan a conocer este emblemático destino ecuatoriano.

«Estoy realmente feliz de poder mostrar la Ciudad Mitad del Mundo, con su gastronomía, su artesanía y sus gentes», nos dijo.

Viajeros de todas partes del planeta suelen llegar hasta aquí para vivir la experiencia sin igual de estar en dos sitios al mismo tiempo y llevar a casa una icónica foto en la que aparecen sobre el Ecuador, con un pie en el hemisferio norte y el otro en el sur.

También hacen el experimento de ponerse de pie de 9:00 am a 6:00 pm para recibir los rayos solares directamente sobre su cabeza, sin hacer sombra, lo cual solo ocurre en el Reloj Solar Quitasato, que fuera inaugurado en 2007 en la localidad de Cayambe como un círculo de 56 metros de diámetro y una estrella de ocho puntas en su interior para indicar los puntos cardinales, los solsticios, los equinoccios y los ejes de la eclíptica terrestre.

### EXPLORARLO TODO

Todos los días es posible llegar para explorar las experiencias que ofrece recorrer sus 19 lugares de interés turístico, que incluyen un planetario con realidad virtual, el pabellón Oswaldo Guayasamín con las obras del insigne artista ecuatoriano.

recorrido por la Ciudad Mitad del Mundo. El hombre, de sobrada experiencia, domina al dedillo más de una decena de sitios de interés turístico y sus connotaciones culturales para el resto de la humanidad.

Por eso habla con pasión de la Misión Geodésica Francesa, expedición científica llevada a cabo en el siglo XVIII en los actuales territorios del Ecuador para medir la distancia equivalente a un grado de latitud en el Ecuador terrestre.

«La Misión Geodésica Francesa partió, en el siglo XVIII, para ir desarrollando y definiendo

el lugar en el que se encontraba la mitad del mundo, y llegó a este punto. Fue definido como el centro de la Tierra, por donde se separa el hemisferio norte y el sur. Para ese siglo, se equivocaron muy poco», nos dice Carrera.

Allí está ubicado un monumento a la «Mitad del Mundo», el cual rinde homenaje a la citada línea ecuatorial. Desde el propio monumento se vislumbra una suerte de vara colocada en el sitio donde el pueblo indígena situó el centro del mundo más o menos en el siglo XIV.





**El obelisco mide unos 30 metros de altura**

## El monumento piramidal fue construido en hierro y cemento y se encuentra cubierto de piedra tallada y pulida de andesita

riano, plazas artísticas, edificios tradicionales, pabellones culturales, restaurantes y museos especialmente significativos.

Nadie que visite Ciudad Mitad del Mundo se irá sin recorrer el Monumento Mitad del Mundo, un obelisco levantado en el punto por donde se supone que pasa el Ecuador y que mide unos 30 metros de altura. Cada una de sus caras está orientada hacia un punto cardinal y lo corona una esfera metálica de cinco toneladas, en cuyo centro se ubica el Museo Etnográfico, dedicado a los pueblos indígenas de las cuatro regiones nacionales.

Expertos estiman que el obelisco se encuentra a unos 240 metros al sur del verdadero Ecuador, lo cual fue confirmado por la tecnología GPS a finales del siglo xx.

Otra parada ineludible es la Estación del Tren, ícono del turismo en Ecuador.

Su historia atraviesa diversos gobiernos nacionales que entendieron la importancia del ferrocarril desde su puesta en servicio en 1873 como uno de los motores para el progreso. Durante su construcción, fue considerado el ferrocarril más difícil del mundo a causa de su trayecto, que incluía el paso por un territorio conocido como «la nariz del diablo» en el cerro Condor Puñana o Nido del Cóndor.

La gastronomía local, como en todo Ecuador, es otro de los puntos fuertes de la visita. El Restaurante Los Herradores, el Yaraví y el Calima, pueden ser especialmente recomendados; sobre todo este último cuya decoración está conformada por antigüedades como bocinas, máquinas de coser, cámaras Polaroid, entre otros objetos que pudieran considerarse memorables para familias y pueblos.

Entre las elaboraciones tradicionales que puede uno degustar se encuentra el aguado de pollo (una sopa de arroz con pollo y verduras), el choclo con queso, las empanadas caseras, o el popular «llapin-

gacho», que no es más que una tortilla de papas con lomo o fritada, chorizo, huevo frito, aguacate y ensalada.

Para profundizar en los orígenes gastronómicos de la zona un buen punto de partida puede ser el Museo de la Cerveza Artesanal, cuyo origen se remonta al 1566, cuando Jodoco Ricke,

**En los museos es posible probar tanto el cacao como la cerveza que se producen en la zona**







**En el pabellón Oswaldo Guayasamín se exponen las obras del insigne artista ecuatoriano.**

un fraile de origen belga, dejó su huella en Quito al introducir la elaboración de la cerveza.

En el interior del museo encontramos todos los tipos de cervezas producidas a partir de ese momento, y además de la explicación histórica, puede uno probar la cerveza artesanal «Mitad del Mundo»

elaborada solo allí: una Irish Red Ale con terminaciones dulces y cierto retrogusto al caramelo toffee.

De igual manera merece la pena descubrir la historia del cacao en el país, y qué mejor sitio que el Museo del Cacao, donde conversamos con Francisco Valdés, arqueólogo, antropólogo y gran conocedor de la historia del producto.

«Siempre se pensó que el cacao era mesoamericano (en la zona comprendida entre México, Guatemala, Nicaragua), los olmecas eran los gestores del cacao, pero resulta que en la Amazonía teníamos cacao 2 000 años antes. En esta zona ecuatoriana correspondiente a la provincia Zamora Chinchipe se da el proceso de la domesticación del cacao. Los genetistas demostraron que ahí no solo se estaba utilizando cacao silvestre, sino que ya se estaba manipulando y llegaron a producir el cacao cuando querían», argumenta.

Sobre la fase de producción del chocolate, explica que «hay que dejar secar la pepa, tostarla y molerla para obtener la manteca de cacao, que es el chocolate propiamente dicho». Allí también pudimos realizar una cata de algunos de los productos de la re-

gión elaborados a partir de cacao. Fue ese el caso del «Kamm», primera marca de chocolate ecuatoriano sin azúcar, gluten y leche, que utiliza cacao de la comunidad Chachi, y ha recibido múltiples galardones. Nos sorprenden, también, con otros productos muy particulares, como una miel de cacao o una salsa «cacao BBQ».

Después de tantos viajes es posible reconocer cuando se ha llegado a un sitio excepcional del que, aunque haya llegado el momento de despedirse, siempre quedará una huella tan profunda y memorable como la que deja el hecho de saberse por unas horas o por unos días en dos partes del mundo al mismo tiempo.

**La Llama es un animal típico de los Andes (pariente sudamericano del camello pero sin joroba) que también puede verse en la zona**





PANAMÁ

# Una joya en Centroamérica







POR SU SITUACIÓN ESTRATÉGICA DESDE  
EL PUNTO DE VISTA AÉREO, COMERCIAL,  
LOGÍSTICO, FINANCIERO Y MARÍTIMO  
DE ALCANCE GLOBAL, ESTE PAÍS ES  
CONSIDERADO EL HUB DE LAS AMÉRICAS

**TEXTO:** LUCÍA VÁZQUEZ PÉREZ  
**FOTOS:** ARCHIVO EXCELENCIAS

**P**anamá es una de las joyas que se ubican en Centroamérica, en concreto en el punto del continente en el que se funden las aguas turquesas del Mar Caribe con el Océano Pacífico. Su gran belleza paisajística junto con su rico patrimonio histórico, cultural y natural, convierten al país en un enclave que ningún viajero se puede perder.

Para conocer la amplia oferta de ocio, naturaleza y de sol y playa, hay varias ciudades y municipios que podrías visitar durante tu viaje por esta nación conocida como Hub de las Américas, pues agiliza las conexiones aéreas con Norteamérica y Sudamérica.

Solo durante el primer semestre de 2023 por el Aeropuerto de Tocumen, el principal del país han pasado más de 8,5 millones de pasajeros. Ubicado a escasos 24 kilómetros este sitio de arribo y partida constituye el primer destino imprescindible de Ciudad de Panamá, cuyos encantos se distribuyen en las tres partes que la conforman: Panamá Viejo, el Casco Antiguo y la zona moderna.

La parte más antigua es Panamá Viejo. Allí se encuentran los restos de la ciudad original fundada en 1519 por Pedro Arias Dávila, donde se asentó junto con otros 100 habitantes. Esta parte de la urbe fue declarada Patrimonio Cultural de la Humanidad por la UNESCO en el año 2003, y pasó a constituir el primer asentamiento permanente europeo en el Océano Pacífico. Quien recorra la zona podrá ver las ruinas de lo que fuera e incluso algún templo católico que todavía sigue en pie, como la Catedral Primada Basílica Santa María la Antigua de Panamá.

El Casco Antiguo se distingue por ser una ciudad colonial rodeada por los restos de lo que fue una muralla, sus ruinas

**Panamá limita al norte con el mar Caribe, al sur con el Océano Pacífico, al este con Colombia y al oeste con Costa Rica.**





**La claridad de sus aguas permite apreciar una gran diversidad de vida marina, como las anaranjadas estrellas de mar que yacen en Playa Estrella de Isla Colón.**

albergan muchas historias y edificios de colores; en tanto el distrito, que se remonta a 1673, está compuesto por calles pintorescas y lugares icónicos como la Catedral Metropolitana de la Ciudad de Panamá o la Plaza Mayor.

Se trata de la parte más gastronómica y fotograbable de la urbe, conocida como el corazón de la vida nocturna de Ciudad de Panamá. Su paisaje contrasta con los rascacielos y modernidad de la zona financiera y a menudo se le compara por el estilo de sus casas y las calles bordeadas por palmeras con la vista que ofrece Miami, en EE. UU.

Más allá de las zonas urbanas, Panamá también cuenta con playas paradisíacas e islas de ensueño. Al noroeste del

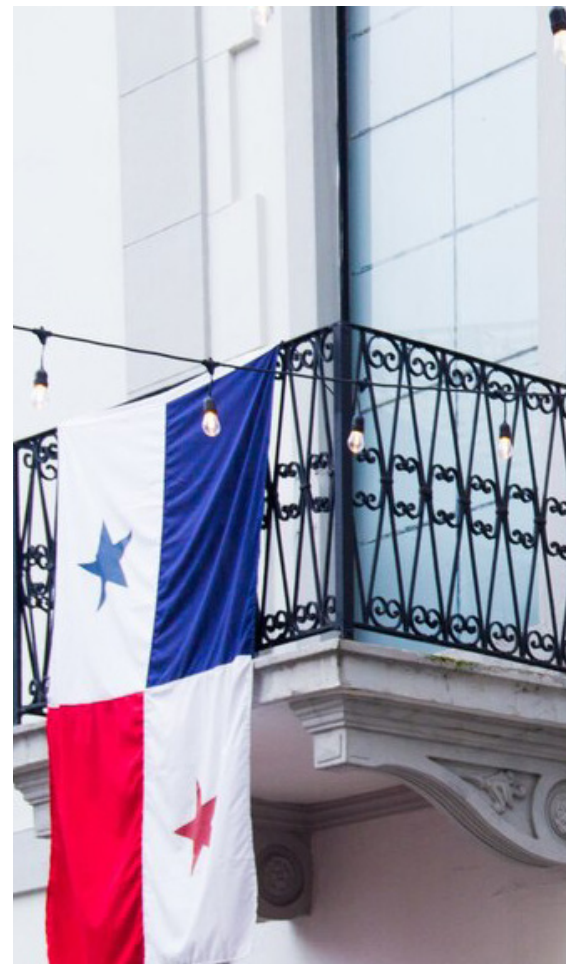
**Al noroeste del país, en la costa caribeña, se encuentra el archipiélago de Bocas del Toro compuesto por nueve islas y miles de islotes**

país, en la costa caribeña, se encuentra el archipiélago de Bocas del Toro compuesto por nueve islas y miles de islotes.

La claridad de sus aguas permite apreciar una gran diversidad de vida marina, como las anaranjadas estrellas de mar que yacen en Playa Estrella de Isla Colón. Esta isla es una de las principales que conforman el archipiélago, junto con Isla Bastimentos e Isla Carenero, en las cuales podrás coger las mejores olas para disfrutar de una jornada de surf.

Panamá también ofrece una experiencia cultural completa. Las calles y la bahía de Portobelo aún recuerdan la llegada de los conquistadores españoles. A los visitantes que llegan por mar los recibe el impresionante Fuerte de Santiago de la Gloria, que conserva los cañones que defendían Portobelo de ataques piratas.

Dentro de la ciudad, los colores toman las calles con casas pintadas en tonos vivos y la amplia variedad de arte urbano que hay en fachadas y muros. En la zona palpita y se vive la cultura Congo, que fue declarada Patrimonio Inmaterial



de la Humanidad y cuyos orígenes en el siglo XVI remiten a la llegada de esclavos africanos, quienes desarrollaron sus propios cantos, bailes y forma de hablar, mezclando idiomas y diciendo las palabras al revés para evitar ser entendidos por sus dueños.

Antes de la llegada de los colonizadores españoles ya existían en el territorio panameño varias culturas y tribus indígenas. Algunas de ellas persisten hoy, como los Emberá Querá, quienes se agrupan en una aldea con su mismo nombre a las orillas del río Gatún. Los propios miembros de la comunidad indígena reciben a los turistas, a quienes suben en una piragua para llegar al pueblo.

Los emberá ofrecen diferentes tours para visitar su aldea, cuyos precios para los adultos oscilan entre los 110\$ y los 150\$ por persona. Así es posible conocer su cultura, sus bailes típicos, sus técnicas de pesca y su gastronomía típica; incluso ofrecen tours que incluyen una noche de alojamiento en una de sus casas tradicionales, elaboradas con madera y techos de palma, conocidas como «tambo».

Otra forma de conectar con la naturaleza panameña es a través de la visita





a espacios como el distrito de Boquete, al oeste de Panamá junto al río Caldera en la provincia de Chiriquí. Una zona con gran diversidad de fauna —suirirí real, rana de vidrio esmeralda, etc.— y flora —lirios, hibiscos, trompetas amarillas, etc.—, donde además encontrarás varias zonas dedicadas al cultivo del café.

A su riqueza natural hay que sumarle la amplia oferta de actividades y aventuras, pues Boquete es la capital panameña de los deportes de aventura. Cuenta con largos caminos en zonas montañosas para hacer senderismo, como el Sendero de los Quetzales, así como con tirolinas para disfrutar de una vista completa a su belleza natural y varios ríos de aguas bravas para descender haciendo rafting.

Culturas indígenas, historia, naturaleza, aventuras, sol y playa. Todo esto lo podrás vivir en Panamá, donde el turismo palpita con fuerza en las ciudades principales, pero cuya vida se extiende por toda la geografía nacional.

**En Panamá Viejo se encuentran los restos de la ciudad original fundada en 1519 por Pedro Arias Dávila, donde se asentó junto con otros 100 habitantes.**





# El turismo en la **NUEVA GASTRONOMÍA**

**TEXTO:** DR. RAFAEL ANSÓN, PRESIDENTE DE HONOR DE LA  
ACADEMIA INTERNACIONAL DE GASTRONOMÍA Y PRESIDENTE DE  
LA ACADEMIA IBEROAMERICANA DE GASTRONOMÍA (AIBG)

**FOTOS:** ARCHIVO EXCELENCIAS





**Galicia tiene tanta diversidad y calidad de mariscos y de moluscos como puede haber en el resto del mundo.**

**L**a evolución que se ha generado en el sector turístico en los últimos años ha ido dando cada vez más importancia al aspecto gastronómico, como parte fundamental de la oferta cultural y de ocio de un determinado destino.

Hoy en día, la gastronomía representa una de las principales motivaciones para viajar y uno de los aspectos más valorados por los turistas. Ya sea como causa primera o como complemento del viaje, porque se puede viajar por muchos motivos, pero, al final, el turista tiene que desayunar, almorzar y cenar, incluso, tomar un aperitivo, una copa o unas cañas.

#### **OFERTA GASTRONÓMICA DE CALIDAD**

Cuando se tiene una oferta gastronómica de calidad, muchos viajeros eligen primero el destino en función de si van a comer bien, conocer la cultura gastronómica, los alimentos y las recetas típicas del lugar o los restaurantes

## **HOY LA GASTRONOMÍA REPRESENTA UNA DE LAS PRINCIPALES MOTIVACIONES PARA VIAJAR Y UNO DE LOS ASPECTOS MÁS VALORADOS POR LOS TURISTAS**

dignos de visitar; y, luego, deciden el resto de actividades.

Suponiendo que la razón principal sea acudir a un evento, feria o congreso, a un acto cultural, un partido de fútbol o el ocio de sol y playa, a la hora de elegir ese destino, siempre se tiene en cuenta, también, la variedad, la calidad y la singularidad de la oferta gastronómica, junto con la relación calidad-precio.

El consumidor de hoy quiere conocer los hoteles, los restaurantes, casas de comidas, bares o tabernas del lugar al que viaja, vivir experiencias nuevas y disfrutar de una oferta gastronómica satisfactoria,

#### **LA NUEVA GASTRONOMÍA DE LAS «CUATRO ESES»**

También hay otros aspectos que el turista valora más que nunca, aspectos que se han convertido en prioritarios en muchos ámbitos del mundo actual y que influyen, también, en la percepción global de la gastronomía.







El cebiche es quizá uno de los más reconocidos platos del Perú.

pero también demanda una Nueva Gastronomía que respete unas exigencias y unos principios básicos de salud, de solidaridad y de sostenibilidad.

#### **IMPORTANCIA DE LA CADENA ALIMENTARIA EN EL TURISMO**

Por otro lado, la concepción de la gastronomía ha cambiado con los años. Ya no se limita a los restaurantes de alta cocina, con estrellas Michelin o platos creativos, sino que abarca los cuatro eslabones de la cadena alimentaria: la producción, la industria, la distribución y comercio; y la hostelería.

**El turista busca una experiencia más integral, tratando de apoyar a todos esos eslabones que, juntos, contribuyen a impulsar los valores de la Nueva Gastronomía**

Por tanto, el turista busca una experiencia más integral, tratando de apoyar a todos esos eslabones que, juntos, contribuyen a impulsar los valores de la Nueva Gastronomía.

Y, al mismo tiempo, surge un interés creciente por conocer las actividades y los productos de la agricultura, la pesca y la ganadería, la elaboración de alimentos y bebidas como el vino, el aceite de oliva, las conservas, el queso o los embutidos. Eso explica la positiva evolución de un tipo de turismo especializado, como es el enoturismo, y la aparición de cada vez más sectores en el marco del gastroturismo.

#### **PRODUCCIÓN E INDUSTRIA ALIMENTARIA: EL EJEMPLO DE ESPAÑA**

El origen de la oferta gastronómica se encuentra en la producción y en la industria alimentaria y, en ese sentido, España tiene una enorme ventaja.

Es un país con cinco mares y, por tanto, con una gran variedad de mariscos y de peces como en ningún otro sitio. Solo

Galicia tiene tanta diversidad y calidad de mariscos y de moluscos como puede haber en el resto del mundo.

Nada tienen que ver los peces del Atlántico Norte (Galicia y Cantábrico), con los del Atlántico Sur (Cádiz y Huelva); o los del Mediterráneo Norte (la zona de Cataluña y Valencia), con el Mediterráneo Sur (Andalucía). Y aún quedan los peces del mar abierto de Canarias.

Lo mismo ocurre con otros productos e, incluso, con la cocina territorial, muy variable entre las diferentes zonas y climas de España. No se puede hablar de cocina española, sino de las diecisiete cocinas españolas (una por cada Comunidad).

#### **EL MODELO DE ESPAÑA, EN IBEROAMÉRICA**

Todo esto se puede aplicar a los diferentes países de Iberoamérica. Todos ellos, en mayor o menor medida, tienen una gran oferta gastronómica que varía dependiendo de lo que produce la tierra, los mares y los ríos. Con esos productos





**Mendoza es considerada Capital de la Armonía del Vino.**

nuestras madres, abuelas y bisabuelas elaboraron platos singulares que merecerían estar entre las grandes aportaciones a la alta cocina en el mundo.

Lo que hace falta es que esas riquezas se den a conocer, protegiendo e impulsando su desarrollo sostenible. La Academia Iberoamericana de Gastronomía (AIBG) otorga, cada año, diferentes Capitalidades que tratan de escenificar los aspectos más destacables de la gastronomía de cada país.

Es el caso de Puebla, designada Capital Iberoamericana de la Cultura Gastronómica; Asunción, Capital de las Misiones; Mendoza, Capital de la Armonía del Vino; Querétaro, de la Gastronomía de Encuentro. Y de otras posibles Capitales como la de la Papa, en Perú; el Cacao, en Ecuador; el Café, en Colombia; o la Diversidad Gastronómica, en Brasil.

**Puebla fue designada Capital Iberoamericana de la Cultura Gastronómica.**

#### **OTROS FACTORES QUE POTENCIAN EL TURISMO DE CALIDAD**

Ahora bien, para motivar el turismo de calidad, es necesario garantizar la conectividad, es decir, que se pueda llegar al lugar de destino por tierra, mar o aire. Y es fundamental contar con espacios digitales dedicados a dar a conocer toda esa oferta gastronómica, todas las posibilidades que tiene el turista para conocer los alimentos y bebidas, los platos, los restaurantes, la cultura y las tradiciones gastronómicas propias de cada región.



El mundo digital permite que, en muy poco tiempo, esa información sea conocida y valorada por los viajeros, antes de tomar la decisión de cuál va a ser el destino de su próximo viaje.

Gracias a ello, España y algunos otros países de Iberoamérica se han convertido ya en destinos de excelencia. Convirtamos, ahora, a toda Iberoamérica en un destino privilegiado, preferido y mágico para los turistas del siglo XXI.

**La Academia Iberoamericana de Gastronomía (AIBG) otorga, cada año, diferentes Capitalidades que tratan de escenificar los aspectos más destacables de la gastronomía de cada país**





# 25 años después

Google continúa  
transformando  
los viajes y el turismo

DESDE EL  
LANZAMIENTO  
EN 1998, LA  
EMPRESA HA SIDO  
CRUCIAL EN LA  
EVOLUCIÓN DE LA  
FORMA EN QUE  
PLANIFICAMOS,  
EXPERIMENTAMOS  
Y RECORDAMOS  
NUESTROS VIAJES





**TEXTO:** JORGE COROMINA  
**FOTOS:** ARCHIVO DE EXCELENCIAS

**E**n el transcurso de las últimas dos décadas y media, Google ha pasado de ser un simple motor de búsqueda a convertirse en una fuerza transformadora en diversos aspectos de nuestras vidas.

Uno de los campos donde su impacto ha sido más significativo es el de los viajes y el turismo. Desde el lanzamiento de Google en 1998, la empresa ha desempeñado un papel crucial en la evolución de la forma en que planificamos, experimentamos y recordamos nuestros viajes.

En estos 25 años, ha demostrado ser un actor clave capaz proporcionar experiencias que van desde la implementación de herramientas de navegación hasta la simplificación de la búsqueda y planificación de las travesías, contribuyendo a la transformación de una industria fundamental para la economía global.

A medida que avanzamos hacia el futuro, es probable que continúe liderando la innovación en función del sector, al que ofrece soluciones cada vez más personalizadas y conectadas para satisfacer las necesidades de la movilidad global.

Estas son seis de las grandes experiencias de Google que facilitan la vida a los viajeros del siglo XXI.

### GOOGLE MAPS: LA CARTOGRAFÍA DEL FUTURO

El lanzamiento de Google Maps en 2005 marcó un hito en la industria del turismo. La capacidad de explorar virtualmente cualquier lugar del mundo, obtener direcciones precisas y descubrir lugares de interés en tiempo real cambió la forma en que los viajeros se movían por el mundo.

Desde la perspectiva de los turistas, Google Maps ha eliminado la incertidumbre y ha ofrecido una herramienta de navegación confiable y accesible, convirtiéndose en una parte esencial de cualquier aventura.

### GOOGLE FLIGHTS: AGILIZANDO LA BÚSQUEDA DE VUELOS

Con el lanzamiento de Google Flights en 2011, la empresa ingresó directamente al mercado de la planificación de viajes. Esta herramienta revolucionaria permitió a los usuarios comparar precios de vuelos en tiempo real, explorar opciones flexibles y recibir alertas de cambios de tarifas.

La transparencia y la eficiencia resultantes han empoderado a los viajeros, brindándoles el control y la capacidad de tomar decisiones informadas.

### GOOGLE STREET VIEW: VIAJANDO VIRTUALMENTE A CUALQUIER LUGAR

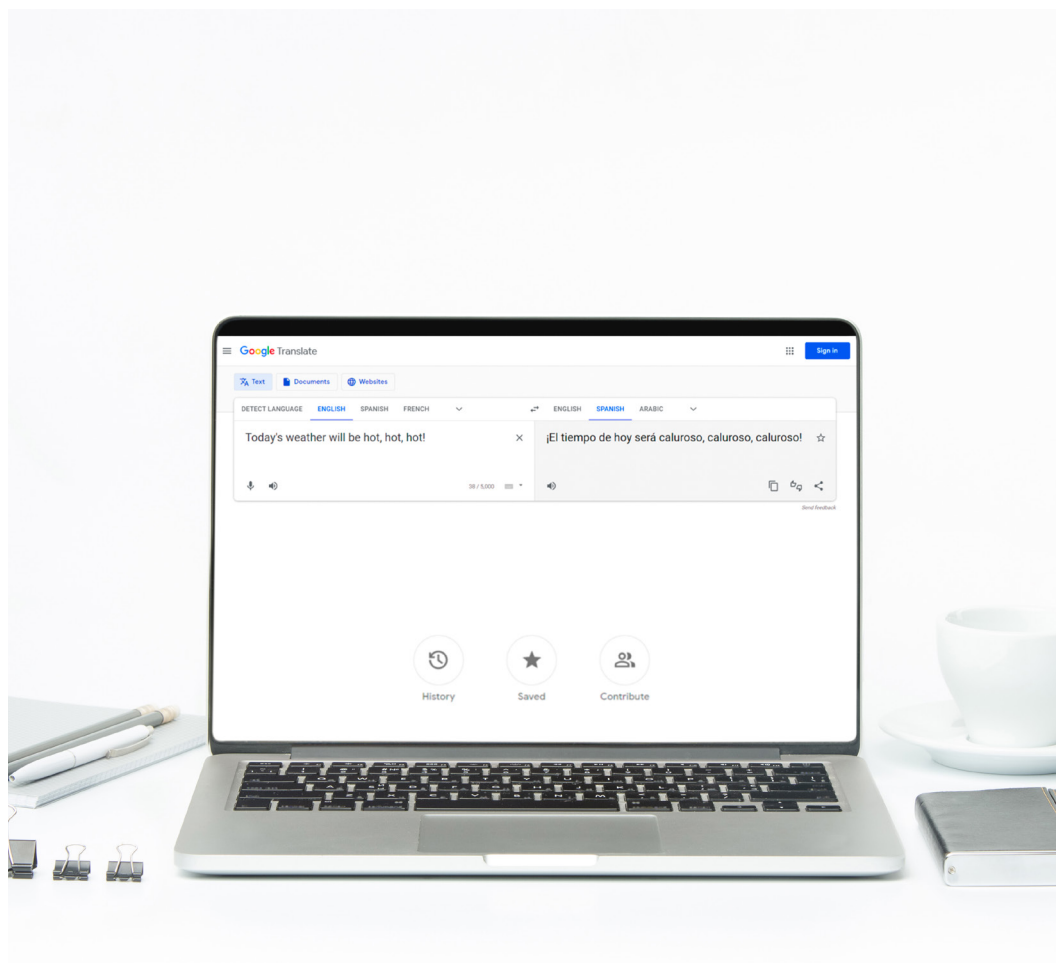
Google Street View, lanzado en 2007, llevó la exploración virtual a un nivel completamente nuevo. Ahora, antes de realizar un viaje, los usuarios pueden caminar virtualmente por calles y vecindarios, explorar monumentos y tener una vista previa de su destino.

Esto ha transformado la forma en que planificamos nuestros itinerarios, permitiéndonos visualizar y personalizar nuestras experiencias antes incluso de llegar.

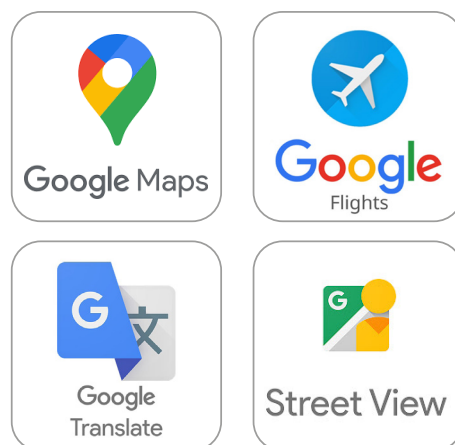
### GOOGLE TRANSLATE: SUPERANDO BARRERAS LINGÜÍSTICAS

Viajar a un país donde no se habla tu idioma puede ser un desafío, pero Google Translate ha hecho que la comunicación sea más accesible. Desde la traducción de menús hasta la interacción con lugareños, esta herramienta ha eliminado las barreras lingüísticas y ha fomentado una comprensión más profunda entre culturas.

Ahora es posible sumergirse más completamente en la experiencia local sin preocuparse por la falta de comunicación.



Google es reconocido por el desarrollo que involucra la inteligencia artificial.





Las experiencias  
van desde la  
implementación  
de herramientas de  
navegación hasta  
la simplificación  
de la búsqueda y  
planificación de  
las travesías

#### **LOS REVIEWS DE GOOGLE: EXPERIENCIAS COMPARTIDAS, DECISIONES INFORMADAS**

La función de reseñas en Google ha transformado la forma en que elegimos alojamientos, restaurantes y actividades. La retroalimentación directa de otros viajeros proporciona una perspectiva auténtica y valiosa, permitiendo a los turistas tomar decisiones informadas basadas en experiencias compartidas.

Esta democratización de la información ha empoderado a los consumidores y ha incentivado la calidad y la excelencia en la industria del turismo.

#### **INTELIGENCIA ARTIFICIAL: LA MEJOR Y MÁS ÚTIL COMPAÑÍA**

Google es reconocido por el desarrollo de diversas aplicaciones de inteligencia artificial relacionadas con el turismo, lo que incluye la personalización de resultados de búsqueda y anuncios (Google Ads) relacionados con el turismo, brindando a los usuarios información más relevante sobre hoteles, vuelos, restaurantes y actividades en función de sus búsquedas y preferencias anteriores.

Entre los servicios de Google disponibles con esta tecnología se encuentra su motor de búsqueda, el Google Assistant, el Google Photos con la posibilidad de etiquetar y organizar automáticamente las imágenes, las recomendaciones en YouTube y Google News; la función «Smart Compose» en Gmail y las posibilidades que brinda Google Cloud AI en la nube a las empresas interesadas en utilizar herramientas de aprendizaje automático y análisis de datos avanzados.

**La función de reseñas en Google ha transformado la forma en que elegimos los productos.**







# TikTok

## herramienta de promoción turística

**E**l auge de las redes sociales ha obligado a muchos sectores y marcas a introducirse en estas nuevas plataformas con el objetivo de darse a conocer ante un mayor público para atraer a potenciales clientes.

Una de ellas es TikTok, la red social del momento, ya con más de 1.000 millones de usuarios activos y que, aunque parecía destinada a un público joven, hoy en día ha diversificado su audiencia.

Más allá de los típicos videos de bailes y de humor, también encontramos contenido cultural, reseñas de productos, recomendaciones gastronómicas, tutoriales e incluso reportajes audiovisuales sobre temas de actualidad.

Este es el caso de la industria turística. Hoteles, aerolíneas, ayuntamientos y agencias de viajes se ha sumado al boom que ha

**AL SER UNA PLATAFORMA  
DE ALCANCE GLOBAL, CON  
PRESENCIA EN MÁS DE 150  
PAÍSES, LAS MARCAS TURÍSTICAS  
LLEGAN A UN PÚBLICO  
MUY AMPLIO Y VARIADO**







## Hay cuentas destinadas a dar consejos sobre los viajes y que elaboran itinerarios de diferente duración

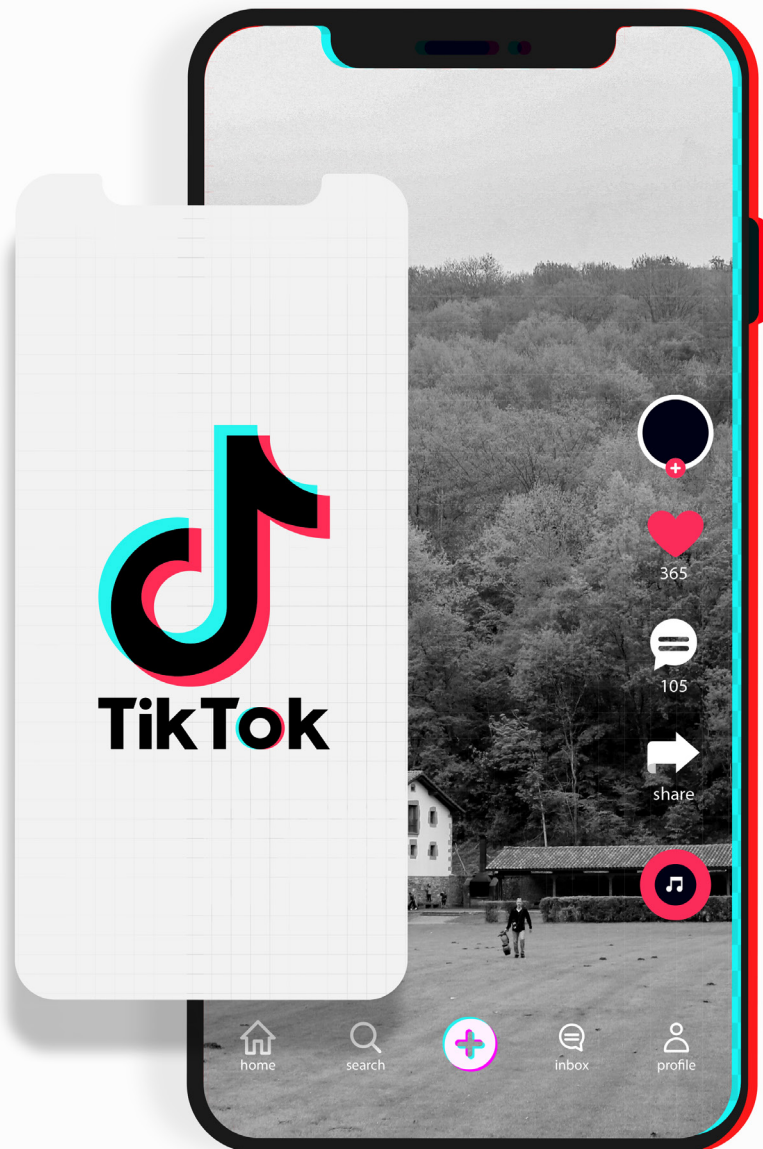
generado TikTok, reinventando el uso tradicional que ofrecía esta plataforma para transformarlo en publicidad para sus negocios.

Al ser una plataforma de alcance global, con presencia en más de 150 países, las marcas turísticas llegan a un público muy amplio y variado, especialmente a través del uso de hashtags. Un ejemplo es #Travel, que acumula más de 211,3 billones de visualizaciones.

Grandes cadenas hoteleras como Hyatt (@hyatt), Marriott (@marriottbonvoy) o Meliá (@meliahotels) cuentan con un perfil en TikTok. En sus vídeos muestran las instalaciones de los diferentes hoteles que engloban sus respectivas compañías, de esta forma pueden atraer huéspedes a sus alojamientos. La duración de estos vídeos varía entre los 15 segundos los más cortos, pudiendo alargarse hasta un máximo de 10 minutos, según las últimas actualizaciones de la plataforma.

Para conseguir más visualizaciones en sus vídeos, las marcas se unen a las tendencias del momento o recurren a influencers y personajes públicos. Este es un

**Hoteles, aerolíneas, ayuntamientos y agencias de viajes se ha sumado al boom que ha generado TikTok**



de los usos que hace Hilton Hotels & Resorts (@hilton), en cuyo perfil encontramos vídeos con la celebrity y bisnieta del fundador de la compañía, Paris Hilton, o el piloto de Fórmula 1, Lando Norris. Otro ejemplo es el caso de Marriott, que, aprovechando el fervor por el mundo rosa de Barbie, colgó varios vídeos mostrando The Vinoy Resort & Golf Club (San Petersburgo, Florida), un hotel que se asemeja a la casa de ensueño de la muñeca.

La interacción con el resto de usuarios es fundamental para fidelizar a tus seguidores. Bien lo sabe la aerolínea Ryanair (@ryanair), cuyo contenido es fundamentalmente humor sobre las críticas recibidas por parte de los viajeros, o vídeos uniéndose a los llamados 'trends' (tendencias). Su

contenido ha cautivado a sus más de 2,1 millones de seguidores, con vídeos que superan los 16 millones de visualizaciones. Por su parte, la aerolínea española Iberia (@iberia) opta por un contenido más conservador, mostrando el interior de sus aviones, como el A320 NEO, a su tripulación o vídeos de cómo viven los pilotos la maniobra de despegue.

## PUEBLOS Y CIUDADES POR DESCUBRIR

Además de los destinos tradicionales, en TikTok se muestran diferentes pueblos y ciudades con gran potencial turístico, para darse a conocer entre los usuarios de la red social. Este es el caso de Aliseda (@turismoaliseda), un municipio de la provincia de Cáceres (España), que





## El algoritmo de inteligencia artificial de la plataforma también contribuye al potencial de marketing de influencers

desde su perfil informa de exposiciones fotográficas, talleres infantiles o rutas de senderismo, con los que atraer visitantes a su pueblo. Otro ejemplo es el contenido de la ciudad peruana de Ayabaca (@oficinadeturismoayabaca), en cuyos vídeos muestran la gastronomía típica de la ciudad, su gente, sus tradiciones, su cultura y la naturaleza que rodea la ciudad.

Incluso las instituciones públicas de algunos países se han unido a la comunidad de TikTok, como el Ministerio de Turismo de Ecuador (@ministeriodeturismoec). En su perfil publican vídeos informando sobre campañas que llevan a cabo desde el ministerio, de su participación en ferias de turismo internacionales o celebraciones de aniversarios.

### LAS MEJORES OFERTAS

Uno de los obstáculos que tienen los viajeros a la hora de reservar un viaje, es el precio. Sin embargo, en TikTok también hay cuentas que se encargan de buscar por ti las mejores ofertas y paquetes de viaje, con hotel y vuelos, como hacen las tradicionales agencias de viajes. Uno de los perfiles que se dedican a buscar estas ofertas es Viajeros Piratas (@viajerospiratas), quienes publican vídeos con los precios para hacer escapadas a ciudades europeas, como Viena, Londres o Bucarest. En sus vídeos incluyen las fechas y los precios tanto de los vuelos como de los hoteles.

Cuando el viajero ya tiene comprados los billetes y reservada la habitación de hotel, el

siguiente paso es buscar lugares de interés para visitar en el destino. En TikTok puedes encontrar cuentas destinadas a dar consejos sobre los viajes y que elaboran itinerarios de diferente duración por multitud de ciudades de todo el mundo.

Este es el caso de Alfonso y Gonzalo, conocidos como Gemelos Viajeros (@gemelosviajeros), quienes suben a su cuenta vídeos de lugares para visitar y sus curiosidades, como la Isla Fraser en

Australia; itinerarios por países o ciudades con recomendaciones de hospedaje y restaurantes; ofertas de vuelos baratos; y su propia experiencia en los viajes. Un trabajo similar al que hace Maz Green (@wheretofindme), una británica que comparte toda la información sobre sus viajes en vídeos de TikTok, como la gastronomía típica que prueba, lugares donde se aloja en sus viajes, los aviones en los que vuela a los destinos, las actividades que hace y los sitios que visita.

Sin duda, TikTok es una plataforma con mucho potencial para ayudar a las empresas a llegar hasta posibles clientes. Hoteles, aerolíneas, las mejores ofertas y destinos únicos para conocer de una forma entretenida y visual, y explotar al máximo esta herramienta para la promoción turística.

**Para conseguir más visualizaciones en sus videos, las marcas se unen a las tendencias del momento o recurren a influencers y personajes públicos**





# Más realidad para los viajeros

LOS EXPERTOS SON  
CATEGÓRICOS AL AFIRMAR QUE  
TODO DESTINO TURÍSTICO QUE  
SE PRECIE YA ESTÁ EN REALIDAD  
AUMENTADA Y CADA URBE QUE  
ASPIRA A SER INTELIGENTE LA  
INCLUYE EN SU PROYECTO





**Desde 2018, el Parque de las Ciencias de Granada permite viajar al puerto de Palos de la Frontera, desde el que partió Cristóbal Colón hacia América en 1492.**

**TEXTO:** ANDREA VEGA **FOTOS:** ARCHIVO EXCELENCIAS

**L**a Realidad Aumentada (AR, por sus siglas en inglés) es una versión mejorada e interactiva de un entorno del mundo real, que se logra a través de elementos visuales digitales, sonidos y otros estímulos sensoriales mediante tecnología holográfica.

La AR incorpora tres características: una combinación de mundos digitales y físicos, interacciones realizadas en tiempo real e identificación 3D precisa de objetos virtuales y reales.

El aumento constante del uso de aplicaciones de AR en destinos y sitios turísticos se explica por sus ventajas, pues permiten ofrecer instrucciones e información adicional a toda hora, mediante fotos, animaciones, textos, gráficos, y datos GPS; completan la experiencia física; y, por ende, ofrecen una visión más completa y real de los sitios.

Asimismo, pueden proporcionar contenidos y servicios personalizados, adaptados a los gustos de cada turista.

#### **SOLO CON UN TELÉFONO INTELIGENTE**

Conceptos como ciudad inteligente, destino turístico inteligente y realidad aumentada se interrelacionan. Se trata, al final, de que tanto los viajeros como otros ciudadanos puedan interactuar con el entorno mediante la tecnología, y en razón de ello perciban una experiencia diferente. De igual forma, podrán compartir en tiempo real sus impresiones.

De acuerdo con el artículo La Realidad Aumentada y el turismo inteligente, publicado en Touristear Travel Blog, «una de las formas del desarrollo de los destinos turísticos inteligentes es a través de la realidad aumentada, donde el turista puede, usando su smartphone o tablet, interactuar con el entorno, integrándose a él.

Si bien Google ya ha presentado su proyecto de gafas inteligentes, estas aún están lejos de ser un accesorio popular. La mayoría de los turistas solo cuentan con su teléfono para obtener información adicional sobre los espacios que los rodean o encontrar otros.

La forma más habitual de acceder a la AR consiste en abrir una aplicación (LAYAR es la líder) que usa el posicionamiento GPS y la cámara del móvil. Basta entonces «apuntar» al lugar y listo: aparecerán en la pantalla los datos que hayan sido cargados.

En LAYAR las informaciones aparecen en forma de capas, las hay gratuitas y de pago, profesionales y amateurs. Cualquiera puede añadir una capa, solo hay que elegir las que nos sean de interés.

Además de esta aplicación, existen muchísimas otras, generales como Wikitude, o creadas por empresas para experiencias específicas.

**La realidad aumentada es una versión mejorada e interactiva de un entorno del mundo real, que se logra a través de elementos visuales digitales, sonidos y otros estímulos sensoriales mediante tecnología holográfica**





**Joaquín Sorolla a través de los teléfonos móviles.**

Los expertos en el tema son categóricos al afirmar que todo destino turístico que se precie ya está en realidad aumentada. Asimismo, cada urbe que aspira a ser inteligente incluye en su proyecto de desarrollo este aspecto.

Algunos de los usos de la AR son, -además de la interacción en museos que ya vimos al inicio de este trabajo-, el acceso a eventos especiales (espectáculos, convenciones, etc...), y la adquisición de información sobre el destino turístico.

También, los juegos al aire libre, la recreación de eventos históricos y la vida en el pasado, las guías de transporte, y la traducción de carteles, señales y menús

### **EXPANDIR LAS VIVENCIAS**

Es inobjetable que el uso de la AR irá a más, a la par que se desarrollen las gafas interactivas, y la tecnología móvil, y se expanda la infraestructura de comunicaciones.

Por eso, las ciudades y destinos que quieran estar al día deben enfocar su desarrollo en esa línea.

La web de Ifema Madrid recopiló algunas de las experiencias destacadas al respecto.

Por ejemplo, la APP Tuscany+ AR funciona como una guía turística digital de esta región del Sur de Italia, con información sobre lugares de interés, restaurantes y hoteles tomados de Wikipedia, Google Places y del portal oficial de la región.

En Londres, la APP StreetMuseum, permite visualizar cómo eran lugares emblemáticos de algunos barrios en



diferentes momentos de su historia, mediante fotografías digitalizadas del fondo histórico del Museo de Londres.

En la Villa Romana del Albir, a 45 kilómetros de Alicante, se recrea la arquitectura original de unas termas romanas a partir de los restos arqueológicos que observan los turistas. Usando el móvil o una tablet, es posible recorrer las diferentes estancias, formadas por vestuarios, aljibes y piscinas, y visualizarlos en formato 3D.

En el Museo Sorolla, en Madrid, España, los visitantes pueden experimentar un recorrido alternativo por la galería, donde el propio pintor Joaquín Sorolla Bastida (Valencia, 27 de febrero de 1863-Cercedilla, 10 de agosto de 1923) explica su manejo de la luz y los colores en cada una de las obras.

Asimismo, es posible fotografiarse junto a él y su esposa y compartir la imagen en redes sociales. La APP Museo Sorolla AR, desarrollada por las empresas 6DLAB y ARS VIVA, es la que da vida al holograma del artista valenciano.

En Barcelona, la iniciativa 5G Turismo Aumentado en los autobuses de la línea Barcelona Bus Turístic, del grupo Mediapro, Telefónica y Transportes Metropolitanos de Barcelona, permite visualizar contenidos interactivos y multimedia en la ventana delantera del autobús durante un recorrido por la montaña de Montjuic.

Edificios desaparecidos que vuelven a erigirse, dinosaurios con plena vitalidad, mapas de hoteles que despliegan información sobre sus servicios, referencias en tiempo real... la realidad aumentada tiene posibilidades infinitas y es ya un imperativo para la industria turística en todo el mundo.

**En el Museo Sorolla, el propio pintor explica su manejo de la luz y los colores en cada una de las obras.**





Consulte ofertas especiales y oportunidades para hacer de su viaje una **experiencia única**.

Descargue **GRATIS** la aplicación





# EXCELENCIAS

Turísticas del Caribe & Las Américas

No. 206 / 2023

## EDITOR Y DIRECTOR GENERAL:

José Carlos de Santiago

## COORDINADORA DE REDACCIÓN INTERNACIONAL:

Verónica de Santiago

**CORRESPONSAL EN CUBA:** Josefina Pichardo

**EDITOR JEFE:** Yisel Rodríguez Milán

**ASESORA EDITORIAL:** Consuelo Elise Ramos

**REDACTORA JEFE:** Ana Ma. Gómez

**DIRECCIÓN DE ARTE:** Chenyí Cancio Torres

**DISEÑO EDITORIAL:** Chenyí Cancio Torres, Lorena Navarro Noa, Elisa García Isidró

**COLABORACIÓN EDITORIAL:** Tourism and Society Think Tank (TSTT), Secretaría de Turismo de México, Secretaría de Turismo de Guanajuato, Consejo Mundial de Viajes y Turismo (WTTC), Organización de Turismo del Caribe (CTO), Agencia de Promoción Turística de Centroamérica (CATA), Empresa Pública de Turismo Ciudad Mitad del Mundo, Ministerio de Turismo de Cuba, y Academia Iberoamericana de Gastronomía (AIBG).

**HAN COLABORADO EN ESTE NÚMERO:** José Carlos de Santiago, Josefina Pichardo, Dr. Rafael Ansón, Yurisander Guevara, Jorge Coromira y Carolina Briones Pereyra.

## SUSCRIPCIONES Y ATENCIÓN AL CLIENTE

Tlf.: + 34 91 556 00 40, + 53 7 204 81 90

## PUBLICIDAD Y CORRESPONDENCIA

### ESPAÑA (MADRID)

28020 Madrid C/ Capitán Haya, 16.

Tlf.: + 34 91 556 00 40.

madrid@excelencias.com

### CUBA

La Habana Calle 10 No. 113 e/ 1ra. y 3ra. Miramar

Tlf.: + 53 7 204 8190

caribe@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

## FOTOMECAÁNICA 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.



GRUPO  
EXCELENCIAS ES  
MIEMBRO DE



## EXCELENCIAS TURÍSTICAS DEL CARIBE Y LAS AMÉRICAS ES MEDIA SPONSOR DE

Feria Internacional de Turismo, FITUR, Madrid, España • Feria Internacional de Turismo de Moscú, MITT, Rusia • Feria Internacional de Viajes y Turismo, OTDYKH & Leisure, Moscú, Rusia • Feria Internacional de Turismo de Cuba, FITCUBA • Feria Internacional de La Habana, FIHAV • WTM Latinamerica • Feria Internacional de Cultura y Turismo, CULTOUR • Feria Internacional MITM Américas • Feria Internacional de Turismo, TALTEXPO. Panamá • Feria Internacional de Turismo de Las Américas, FITA. México • Festival del Habano, La Habana, Cuba • Feria Internacional INTUR Valladolid, España • HIP • SAHIC • EXPO TURISMO • MITM Américas • EXPOCARIBE, Santiago de Cuba, Cuba. **MEDIA PARTNER DE:** ABAV, Brasil • ITB, Berlín, Alemania • WTM, Londres, Reino Unido

## Kiosco online!

www.revistasexcelencias.com



DESCARGA  
LA APP!

