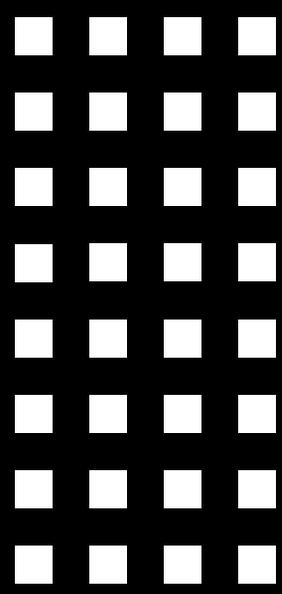

EXCELENCIAS

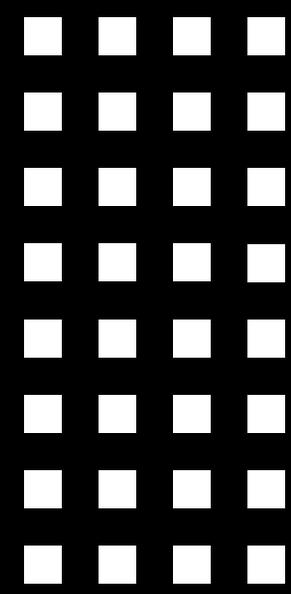
Turísticas del Caribe & Las Américas

No. 217 / 2025
MENSUAL



15

COHIBA
BEHIKE
Habana, Cuba



LA MAGIA DEL “BEHIKE” RENACE

La Línea Behike se redefine redefine, estableciéndose como la nueva imagen del lujo en el mundo del Habano. Cada detalle ha sido cuidadosamente diseñado para que los aficionados puedan presumir de disfrutar del considerado mejor tabaco del mundo.

Un nuevo envase, mucho más premium e innovador, presenta una línea estilizada y medidas de seguridad únicas, convirtiéndolo en un producto prácticamente imposible de imitar. Estos envases contarán con códigos de identificación únicos vinculados a tecnología avanzada principal. También equipada con tecnología NFC y un cintillo de pie adicional que lleva el nombre de la vitola, visten a estos Habanos con una elegancia sin precedentes.

El lanzamiento de Cohiba Behike 58 durante el XXV Festival del Habano conmemora 15 años de historia de una Línea que se ha consolidado como el máximo referente de lujo y excelencia dentro del portafolio de Habanos. Este nuevo formato, con sus dimensiones únicas, sigue una tradición artesanal que continúa marcando la pauta en el mundo del tabaco premium.

***(D.O.P.) Denominaciones de Origen Protegidas**



QUINCE AÑOS DE LUJO Y EXCLUSIVIDAD

MARCA Vitola de Salida
Cohiba Behike 58

VITOLA DE GALERA
Laguito No.7

MEDIDAS
Cepo 58 x 178 mm de largo

PRESENTACIÓN
Estuche especial de 10
unidades con tecnología NFC
en envase y anilla principal

La Línea Behike de Cohiba se consolida como la más exclusiva dentro del portafolio de Habanos. En 2025, celebra su 15º aniversario con una nueva imagen y la incorporación de una nueva vitola: Behike 58 (cepo 58 x 178 mm de largo), presentada en el XXV Festival del Habano.

El nombre de esta Línea, "Behike", proviene de las culturas indígenas Taínas de Cuba, donde se refería a un chamán o líder espiritual de la tribu. Este término simboliza exclusividad, sabiduría y poder, cualidades que se reflejan en cada Habano de esta prestigiosa Línea. Introducida en 2010, la Línea Behike nació para elevar el estándar de lujo y distinción en el mundo del Habano, consolidándose como una propuesta insuperable en calidad y refinamiento.

Desde su lanzamiento, la Línea Behike ha marcado un antes y un después en la historia de Cohiba, incorporando las vitolas BHK 52, BHK 54 y BHK 56. Este año, con la llegada de Behike 58, se completa una colección icónica.

El Cohiba Behike 58, con su formato único, reafirma el estatus de la Línea como el máximo exponente de lujo, innovación y sabor en el mundo de los Habanos. La Línea Behike es reconocida por su ligada inigualable, incorpora la hoja de Medio Tiempo, una hoja excepcional que se obtiene de las dos hojas superiores de la planta de tabaco de sol. Esta hoja no se logra en todas las campañas lo

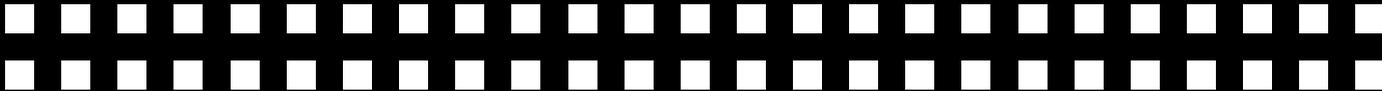


que le confiere una exclusividad aún mayor, aportando una fortaleza fuerte y un carácter distintivo que eleva la experiencia aromática y gustativa a niveles excepcionales.

La exclusividad de Behike no solo se encuentra en su composición, sino también en meticulosa elaboración. Todas las vitolas de esta Línea se elaboran en cantidades

extremadamente limitadas, utilizando exclusivamente hojas de capa, tripa y capote seleccionadas de las mejores vegas de San Juan y Martínez* y San Luis*, en la región de Vuelta Abajo*, Pinar del Río*, Cuba*.

***(D.O.P.) Denominaciones de Origen Protegidas**





BEHIKE



D25F018



EXCELENCIAS TURÍSTICAS

30 AÑOS DE HISTORIA Y TRADICIÓN

EN EL MUNDO DE LOS PUROS PREMIUM

Habanos, S.A. celebró su 30 aniversario en el 2024 como corporación, mientras que el Festival del Habano celebra su 25 edición en este 2025 consolidándose como el evento más importante en el ámbito del tabaco premium. Desde su realización, la revista Excelencias Turísticas del Caribe y las Américas, que este julio cumple 28 años, ha sido un pilar fundamental en la promoción del turismo, la cultura y la gastronomía en Iberoamérica y el Caribe, además de convertirse en un referente en la difusión del universo de los "puros premium".

Desde sus inicios, la revista se destacó por sus reportajes sobre marcas icónicas como Trinidad y Vega Robaina. Sin embargo, su gran salto ocurrió en 1999 con el inicio de la primera edición del Festival del Habano, momento en el cual lanzó el monográfico "Habanos Excelencias", posicionándose así como una autoridad indiscutible en la industria del tabaco. Esta

trayectoria se vió fortalecida con la llegada del siglo XXI, cuando, bajo la presidencia de José Luis Suárez y la dirección de marketing de Ana López, se consolidó como una plataforma global gracias al uso de internet, kioscos virtuales y sitios web especializados.

Hoy, tras 21 años de colaboración ininterrumpida entre Habanos S.A., y Excelencias Turísticas reafirma su compromiso con la calidad, exclusividad y difusión de contenidos especializados en la industria del turismo, la cultura y la gastronomía de lujo. Su liderazgo en la comunicación del sector le permite proyectarse como un medio de referencia para los amantes de los puros y el estilo de vida premium.

Excelencias Turísticas reconoce a Habanos S.A. por su impacto global y su contribución a la salud pública cubana mediante la tradicional subasta de humidores durante el Festival del Habano; un evento que continúa atrayendo a coleccionistas y aficionados de todo el mundo. 🍷



José Carlos de Santiago

SUMARIO



06 ANIVERSARIO
Cohiba Behike la "magia"
de un Habano único.



12 HISTORIA
Momentos legendarios.



16 ANIVERSARIO
Romeo y Julieta, 150
años de pasión.



20 ANIVERSARIO
35 años de tradición
y experiencia.



26 ANIVERSARIO
Punch, una propuesta
muy seria.



30 TECNOLOGÍA
NFC, innovación
y autenticidad



34 GLAMOUR
Una colaboración
de lujo.



38 EXCLUSIVO
Dialogar con las
percepciones.



44 ANIVERSARIO
Partagás, 180 años de
puro carácter.



48 ESPECIAL
Alianza para toda
una vida.



52 MARIDAJE
Momentos dignos de
degustar.

EXCELENCIAS

Turísticas del Caribe & Las Américas

N. 217 / 2025

EDITOR Y DIRECTOR GENERAL:

José Carlos de Santiago

COORDINADORA DE REDACCIÓN INTERNACIONAL:

Verónica de Santiago

EDITORES JEFES: Yurisander Guevara

ASISTENTE EDITORIAL: Elisa García Isidró

DISEÑO EDITORIAL: Chenyí Cancio Torres

COLABORACIÓN EDITORIAL: Habanos, S.A., S.T. Dupont.

HAN COLABORADO EN ESTE NÚMERO: José Carlos de Santiago, Yurisander Guevara, Leonel Nodal, Juan Carlos Rodríguez, Fernando Fernández Millán, Elisa García Isidró, Jorge Méndez Rodríguez-Arencibia, Roberto Álvarez Pereira and Kyra Romero Telso.

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

FOTOMECÁNICA E IMPRESIÓN

La Nueva Creaciones Gráficas

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



54

LEGADO

Camino a Vuelta Abajo



58

CONCURSO

Los retos del Habano World Challenge



72

MARCAS

Un símbolo de excelencia y tradición



76

MARIDAJE

Los sentidos en busca de la identidad



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, FIAHAV • 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 Americas • 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!



**MARITZA CARRILLO
GONZÁLEZ**
CO-PRESIDENTA DE HABANOS, S.A

Es un gran honor darle la bienvenida a esta XXV edición del Festival del Habano, el evento más esperado del año en el mundo del tabaco premium.

Un momento excepcional en el que se reúnen en La Habana distribuidores, especialistas y aficionados de todo el mundo para celebrar, aprender y disfrutar de la rica cultura que rodea al Habano.

Tras un 2024 inolvidable, en el que celebramos con orgullo hitos que quedarán grabados para siempre en nuestra historia, como el primer Habanos World Days presencial en Londres, el 30° aniversario de nuestra corporación y la conmemoración del Año Trinidad, damos la bienvenida a un 2025 lleno de momentos extraordinarios que continuarán emocionando a los amantes del Habano en todo el mundo. Entre estos momentos destacados se encuentran el 15° aniversario de la icónica Línea Behike de Cohiba, símbolo universal de lujo y exclusividad, y el 150° aniversario de Romeo y Julieta, una de las marcas más emblemáticas y románticas de nuestro legado.

Para celebrar estos hitos, hemos diseñado un programa repleto de experiencias únicas y memorables, donde tradición e innovación se entrelazarán para rendir homenaje a nuestra historia. Desde visitas exclusivas a plantaciones y fábricas hasta seminarios, actividades culturales y novedosas iniciativas. Cada propuesta ha sido meticulosamente concebida para enriquecer el conocimiento de nuestros



aficionados y alimentar su pasión por el Habano.

Nada de esto sería posible sin el alma y dedicación de nuestro equipo, una verdadera familia que transforma cada desafío en una oportunidad y cada logro en un motivo de orgullo compartido. En esta edición especial, su labor cobra un sentido aún más profundo, porque detrás de cada Habano hay manos expertas, historias de tradición y un compromiso inquebrantable con la excelencia. Su pasión y entrega convierten al Habano en mucho más que un tabaco: lo transforman en un legado vivo, una historia que conecta generaciones y

culturas. Gracias a ellos, seguimos soñando en grande, preservando nuestra tradición y llevando la distinción de nuestros Habanos a cada rincón del mundo.

El XXV Festival del Habano no es sólo un evento; es una oportunidad para vivir la esencia del Habano, conectar con una comunidad global y ser parte de un legado que trasciende fronteras.

Gracias por ser parte de esta celebración especial. 🍷



LUIS SÁNCHEZ – HARGUINDEY PARDO DE VERA

CO-PRESIDENTE DE HABANOS, S.A

ción Limitada Premier en exclusiva para el mercado británico.

Sin duda, ha sido un año cargado de pasión y logros, con más de 30 nuevas referencias lanzadas, pero, mirando hacia el futuro, seguimos honrando nuestra historia y el legado de nuestras marcas con hitos que subrayan la riqueza y los valores que definen a los Habanos. En esta XXV edición del Festival del Habano, los asistentes tendrán el privilegio de disfrutar de lanzamientos excepcionales en tres de nuestras marcas más icónicas: Cohiba Behike 58, Romeo y Julieta Amantes y H. Upmann Gran Reserva Cosecha 2019. A ello se suman las emocionantes novedades de otras marcas que celebran aniversarios importantes, como Partagás, Hoyo de Monterrey o La Gloria Cubana, junto con las esperadas Ediciones Limitadas 2025 de Montecristo y Punch.

Estos lanzamientos, junto a un programa de actividades especiales, consolidan al Festival del Habano como un evento inolvidable para aficionados de todo el mundo y un referente indiscutible en el sector.

El motor de nuestro éxito radica en nuestro compromiso inquebrantable con la excelencia y que ha posicionado a Habanos, no sólo como el líder indiscutible del mercado global de tabaco premium, sino también como un símbolo de calidad que encarna lo mejor de esta tierra y de toda la familia de Habanos, S.A.

Es un orgullo compartir este momento con todos ustedes. Juntos, seguiremos construyendo un futuro que honre nuestro legado con excelencia, innovación y una pasión inigualable por el Habano. 🍷

Tras celebrar con orgullo el 30º aniversario de nuestra corporación, período en el cual hemos experimentado un crecimiento constante y consolidado el Habano como el mejor tabaco del mundo, en 2024 hemos fortalecido y ampliado una sólida comunidad de aficionados, alcanzando presencia en más de 130 países de todo el mundo, con un portafolio único de 27 marcas Premium, todas amparadas bajo la Denominación de Origen Protegida (D.O.P.), y más de 100 formatos y 400 referencias comerciales.

Entre nuestras iniciativas más destacadas, merecen especial mención algunos de los lanzamientos más importantes de

este año, como la especialidad global para los canales de Duty Free y Travel Retail Cohiba Vistosos, pero sobre todo este ha sido el “Año Trinidad”, en el que conmemoramos su 55º aniversario.

Así, iniciamos el año presentando como primicia mundial en el Festival del Habano un nuevo concepto de añejamiento único con Trinidad Fundadores Vintage, y también tuvimos la oportunidad de continuar extendiendo el portafolio estándar de la marca con Trinidad Robustos. Y por si esto fuera poco, durante el Habanos World Days celebrado en Londres, presentamos la muy esperada Edición Limitada 2024 Trinidad Cabildos, incluyendo el lanzamiento de una Edi-

ANIVERSARIO

COHIBA BEHIKE

LA “MAGIA” DE UN HABANO ÚNICO



EL LANZAMIENTO DE COHIBA AL MERCADO GLOBAL,
FUE IMPACTANTE, ESTABLECIÉNDOSE COMO UNA
REFERENCIA EN EL MUNDO DEL TABACO PREMIUM.
ENTRE SUS MÚLTIPLES LÍNEAS, BEHIKE HA TRASCENDIDO
SU CONDICIÓN DE PRODUCTO PARA CONVERTIRSE EN UN
SÍMBOLO CULTURAL Y DE ESTATUS

POR YURISANDER GUEVARA
FOTOS CORTESÍA DE HABANOS, S.A.

Cuando se habla de Cohiba, se evoca inmediatamente la cúspide del arte de los Habanos. Nacida en 1966, esta marca emblemática de Cuba no solo representa la excelencia en la elaboración de puros premium: es un símbolo de prestigio, tradición y exclusividad. Dentro de esta leyenda, una línea destaca por su refinamiento: Behike, una joya en el universo del Habano que ha marcado un antes y un después en el panorama mundial del tabaco premium.

La historia de Cohiba comienza de manera discreta y fascinante. Fue creada como una marca reservada exclusivamente para regalo de estado a altos dignatarios extranjeros. Las hojas que incluían estos puros provenían de las mejores vegas de Vuelta Abajo*, en la Región de Pinar del Río*, región reconocida como el corazón del tabaco cubano. Cohiba se convirtió en un regalo diplomático, un obsequio que representaba no solo a Cuba, sino también su tradición artesanal y cultural.

No fue hasta 1982 que Cohiba se lanzó al mercado internacional. Su irrupción fue impactante, estableciéndose rápidamente como una referencia en el mundo del tabaco premium. Desde



En 2006, para conmemorar el 40 Aniversario de Cohiba, se lanzó una edición extremadamente limitada: Behike. 100 humidores numerados, elaborados por los mejores torcedores de la fábrica El Laguito, esta primera edición marcó el nacimiento de la Línea

entonces, Cohiba ha sido sinónimo de innovación y calidad, atributos que alcanzaron su máxima expresión con el lanzamiento de la Línea Behike en 2010.

“EL SECRETO MEJOR GUARDADO”

En el selecto barrio de El Laguito, al oeste de La Habana, se encuentra una majestuosa casa señorial ecléctica que fue propiedad del sacarcócrata Alberto Casimiro Fowler, donde la historia

registró múltiples eventos sociales. Ubicada en lo alto de una colina, la edificación cayó en el abandono tras el fallecimiento del patriarca.

Con el triunfo de la Revolución, en los primeros años de la década del 60 se instaló en ella la escuela de torcedoras, quienes dieron vida a los tabacos preferidos por Fidel Castro. La selección del inmueble no fue casual: era frecuentado por el líder cubano, donde tenían lugar actividades protocolares.



En sus años de abandono, la mansión se nombró por los lugareños como la «casa de los misterios», un mote que fue premonición de las maravillas que luego aportaría a Cuba y al mundo. Así, el 19 de octubre de 1965 y con toque de mujer nació la vitola Laguito No.1. Para asegurar su óptima calidad fue necesaria una fermentación adicional de la materia prima, en un cuarto oscuro, donde mejoraba el aroma de los Habanos Cohiba.

Los Lanceros son considerados los clásicos de Cohiba, también los favoritos de Fidel Castro, y las simientes para las generaciones posteriores. Por orden cronológico existen ya la Línea Clásica, desarrollada entre 1966 y 1989; la Línea 1492, presentada en 1992 en homenaje a los cinco siglos del descubrimiento de Cuba, y que exhibe con orgullo una vitola como Siglo VI, referencia esencial en el mundo del Habano.

Está también la Línea Maduro 5, presentada en 2007, que, con tres nuevas vitolas, se distingue por una capa madura añejada durante cinco años (Genios, Mágicos y Secretos); y la renombrada Línea Behike, nacida en 2010 y única en su tipo, pues para su elaboración se utilizan cuatro tipos de hojas: volado, seco, ligero y medio tiempo.

Tras más de medio siglo de quehacer ininterrumpido, el sitio del que nacen los Habanos de la marca Cohiba muestra un aspecto diferente al que tuviera en sus inicios. Ha recibido adiciones de naves tales como las galeras de torcido, las cámaras de congelación y de humectación del tabaco o de fumigación al vacío. A sus funciones incorpora la fábrica el compromiso de servir como museo vivo para los que asisten a las ediciones del Festival del

LANCEROS

Vitola de Galera Laguito No. 1 Dimensiones Cepo: 38 x 192 mm de largo



Los Lanceros son considerados los clásicos de Cohiba, también los favoritos de Fidel Castro, y las simientes para las generaciones posteriores

Desde su debut, Behike ha sido considerado el mejor y más codiciado de los Habanos, destinado a los aficionados que buscan una experiencia “mágica” e irreplicable

Habano, que año tras año se celebra en la capital cubana. Allí comprueban sus visitantes que la otra «casa de los misterios» alberga la magia indeleble que da vida a esa fiesta de los sentidos llamada Cohiba.

En 2006, para conmemorar el 40avo aniversario de Cohiba, se lanzó una edición extremadamente limitada: Behike. Inicialmente, solo se produjeron 100 humidores numerados, cada uno conteniendo 40 Habanos elaborados con sumo cuidado por los mejores torcedores de la fábrica El Laguito. Esta primera edición marcó el nacimiento de una Línea que, años después, se incorporaría como una producción regular, aunque igualmente exclusiva, dentro del portafolio de Habanos, S.A.

Fue en 2010, cuando se presentó oficialmente la Línea Behike con sus tres vitolas: BHK 52, BHK 54 y BHK 56. Desde su debut hace 15 años, Behike ha sido considerado uno de los mejores y más codiciados Habanos del mundo, destinado a los aficionados que buscan una experiencia “mágica” e irreplicable. Su nombre honra al que le daban los indios taínos a su chamán, que celebraba ofrendas en las que el tabaco era el epicentro.

Lo excepcional de Behike es la inclusión de la hoja de Medio Tiempo, una rareza en el mundo del tabaco. Este tipo de hoja crece en las dos capas superiores de la planta de tabaco de sol, lo que le otorga una potencia y un sabor únicos. Sin embargo, no en todas las campañas se logra este tipo de hoja Medio Tiempo, lo que



COHIBA
BEHIKE

COHIBA BEHIKE

BEHIKE BHK 52
Vitola de Galera Laguito No. 4 Dimensiones Cepo: 52 x 119 mm de largo



BEHIKE BHK 54
Vitola de Galera Laguito No. 5 Dimensiones Cepo: 54 x 144 mm de largo



BEHIKE BHK 56
Vitola de Galera Laguito No. 6 Dimensiones Cepo: 56 x 166 mm de largo



BEHIKE BHK 58
Vitola de Galera Laguito No. 7 Dimensiones Cepo: 58 x 178 mm de largo



En un mundo donde el lujo se redefine constantemente, la Línea Behike mantiene su lugar como un producto icónico, reservado para quienes buscan lo mejor de lo mejor

hace que su selección sea extremadamente limitada y, en consecuencia, un producto altamente exclusivo.

La incorporación del Medio Tiempo aporta una complejidad aromática y una profundidad de sabores inigualables. En cada calada, los aficionados pueden disfrutar de notas que van desde el cedro y el cuero hasta toques de especias y miel, combinados de manera magistral para ofrecer una experiencia que trasciende lo ordinario.

El proceso de creación de la Línea Behike es una obra de arte en sí misma. Desde la selección de las hojas hasta el producto terminado, cada paso se realiza con una meticulosidad que refleja la tradición y el orgullo de los expertos torcedores de El Laguito.

La materia prima para Cohiba Behike proviene de las mejores vegas de San Juan y Martínez* y San Luis*, en la zona de Vuelta Abajo*, en la región de Pinar del Río* y se someten a un proceso riguroso de fermentación y añejamiento, y después son torcidos por los torcedores más experimentados, quienes trabajan con una precisión asombrosa para crear cada uno de estos Habanos.

Behike no es solo un Habano; es una declaración de lujo y sofisticación. Su producción limitada y su altísima calidad lo han convertido en objeto de deseo para coleccionistas y aficionados de todo el mundo.

Behike ha trascendido su condición de producto para convertirse

en un símbolo cultural y de estatus. Su presencia en eventos exclusivos, cenas de lujo y clubes privados refuerza su posición como el pináculo del arte del Habano.

Los aficionados describen fumar un Behike como una experiencia sensorial única, un momento para disfrutar sin prisas, donde cada calada revela nuevos matices y profundidades. Es un Habano que exige respeto y admiración, un verdadero tributo a la rica tradición tabacalera de Cuba.

A más de una década de su lanzamiento oficial, la Línea Behike sigue siendo un referente indiscutible en el mundo de los Habanos. Su éxito ha demostrado que la combinación de tradición, innovación y exclusividad es una fórmula ganadora.

Símbolo de lujo y distinción en el mundo de los Habanos, celebra su 15º aniversario este 2025 con un lanzamiento que incluye una nueva vitola: el Behike 58 (cepo 58 x 178 mm de largo). Este lanzamiento refuerza el estatus de Behike como la Línea más exclusiva de Cohiba. Este Habano encarna exclusividad, sabiduría y poder.

Para conmemorar este aniversario, la Línea Behike se reinventa con un diseño más estilizado y medidas de seguridad innovadoras, como envases con tecnología NFC y códigos únicos que garantizan su autenticidad. El nuevo Cohiba Behike 58, junto a las vitolas BHK 52, BHK 54 y BHK 56, completa una Línea icónica que redefine el lujo en el mundo del

Behike celebra su 15 Aniversario este 2025 con un lanzamiento que incluye una nueva vitola: el Behike 58 (cepo 58 x 178 mm de largo)

Habano. Además, los aficionados que asistan a la Cena de Gala del XXV Festival del Habano tendrán la oportunidad de adquirir un exclusivo pack conmemorativo que incluye las cuatro vitolas de la Línea. Una celebración a la altura de una marca que sigue siendo el máximo referente de excelencia y distinción.

En un mundo donde el lujo se redefine constantemente, la Línea Behike mantiene su lugar como un producto icónico, reservado para quienes buscan lo mejor

de lo mejor. Es más que un Habano: es una experiencia, una obra maestra y un testimonio vivo de la pasión y el arte que define a Cuba como la tierra de los considerados mejores puros del mundo.

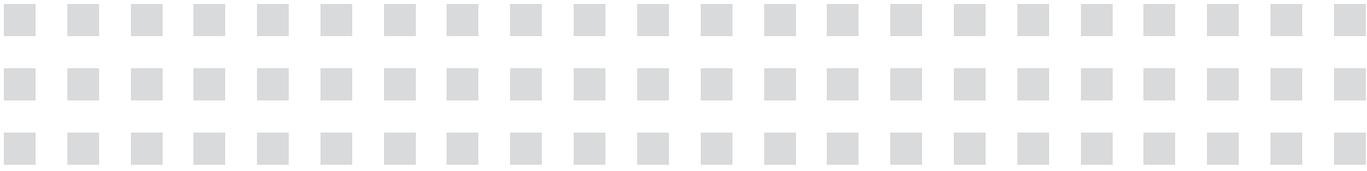
La Línea Behike, el epítome del lujo y la perfección, seguirá siendo un ícono que inspirará a generaciones futuras, consolidando a Cohiba como el rey indiscutible de los Habanos. 🍷

***Denominaciones de Origen Protegidas (D.O.P.)**



MOMENTOS LEGENDARIOS

COHIBA ES UN SÍMBOLO DE LA EXCELENCIA CUBANA, UNA MARCA QUE HA SABIDO REINVENTARSE MANTENIENDO SU PRESTIGIO Y LEGADO EN LA CIMA DEL MERCADO GLOBAL. DECIR COHIBA, ES DECIR CUBA, CON LA MÍSTICA QUE ENCARNAN ESAS DOS PALABRAS.



Nace Cohiba como una marca exclusiva para uso personal de Fidel Castro y como obsequio a diplomáticos y figuras importantes que visitaban Cuba. Su producción estaba a cargo de un pequeño grupo

1982

de expertos torcedores en la mítica fábrica de El Laguito. Durante sus primeros años, la marca no estuvo disponible para el público en general, lo que consolidó su aura de exclusividad y lujo.



1969

Se oficializa el uso del nombre Cohiba para la marca. El término proviene de la palabra utilizada por los taínos para referirse al tabaco enrollado, convirtiéndose en un homenaje a las raíces indígenas.



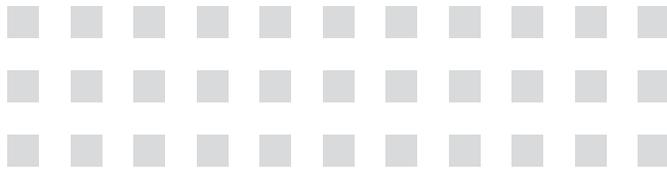
1982

La marca se lanza al mercado internacional durante la Feria Mundial de Leipzig y, poco después, se presenta en España. Inicialmente, solo estaban disponibles tres vitolas: Lanceros, Coronas Especiales y Panetelas, conocidas posteriormente como Línea Clásica. Este lanzamiento marcó el inicio de Cohiba como sinónimo de exclusividad y calidad en los mercados globales.



1989

Se amplía la Línea Clásica con la introducción de tres nuevas vitolas: Espléndidos, Robustos y Exquisitos. Estas incorporaciones reforzaron la posición de Cohiba como líder en el segmento de tabaco premium.



2003

La marca lanza su primera vitola de gran formato con el Cohiba Siglo VI Gran Reserva, elaborado exclusivamente con tabacos añejados durante cinco años en San Juan y Martínez* y San Luis*. Esta innovación responde al auge de los puros de gran calibre y refuerza la imagen premium de la marca.



2007

Se lanza la Línea Maduro 5, caracterizada por su capa madura añejada durante cinco años. Esta línea introduce nuevas vitolas como Genios, Mágicos y Secretos, pensadas para un perfil de fumadores que buscan sabores más intensos y sofisticados.



1992

Con motivo del 500 aniversario del descubrimiento de América, Cohiba presenta la Línea 1492, compuesta por las vitolas Siglo I, II, III, IV y V; cada uno en referencia a un siglo del descubrimiento. En el año 2002 se le agregó una sexta vitola, el Cohiba Siglo VI, uno de los formatos que se ha convertido en referencia esencial.



2007

Para conmemorar el 40 Aniversario de Cohiba, se lanzó una edición extremadamente limitada: el Cohiba Behike, el cual se presentó oficialmente al mercado global en 2010 con tres vitolas: BHK 52, BHK 54 y BHK 56, denominadas según sus cepos.



2010

Cohiba lanza la primera edición de su Gran Reserva, utilizando tabacos con más de cinco años de añejamiento, todos provenientes de las mejores cosechas de la región de Vuelta Abajo*. Esto eleva aún más el estatus de la marca en el mundo de los Habanos de lujo.



2016

Para celebrar su medio siglo, Cohiba presenta una edición limitada de lujo llamada Cohiba 50 Aniversario. Cada unidad se presenta en un exclusivo humidor diseñado con detalles de alta joyería, reafirmando la posición de la marca como ícono del lujo.



2017

Se lanza la vitola Talismán como una edición limitada, causando gran revuelo entre los aficionados y coleccionistas. Esta edición destaca por su intenso sabor y limitada disponibilidad, consolidándose como una de las más buscadas.



2021

Cohiba amplía su portafolio con la incorporación de una nueva vitola denominada Cohiba Ámbar, destinada a seguir diversificando su oferta para los mercados internacionales.



2024

La marca continúa posicionándose como líder en innovación y exclusividad al lanzar ediciones limitadas con tabacos únicos y promover su herencia en eventos como el Festival del Habano, atrayendo a amantes del tabaco de todo el mundo.

ROMEO Y JULIETA 150 AÑOS DE PASIÓN



ESTE 2025, ROMEO Y JULIETA CELEBRA SU ANIVERSARIO SESQUICENTENARIO, UN HITO QUE CONSOLIDA SU BONITA HISTORIA DE ÉXITO COMO EL HABANO CLÁSICO DE FORTALEZA MEDIA

20 AMANTES

La marca alcanzó renombre internacional en los primeros años del siglo XX, después de que Don Pepín Rodríguez, fuera de los primeros en reconocer la importancia de las anillas como factor del éxito

POR YURISANDER GUEVARA
FOTOS CORTESÍA DE HABANOS, S.A.



En el universo de los Habanos, pocos nombres evocan tanto “amor” como Romeo y Julieta, una marca que ha sabido cautivar a los amantes del tabaco premium durante 150 años. Fundada en 1875, esta emblemática marca cubana ha consolidado su lugar en la historia con su equilibrada y aromática ligada, confeccionada con hojas de tripa y capote provenientes de la fértil región de Vuelta Abajo*, en Pinar del Río*.

Inspirada en la obra de William Shakespeare, Romeo y Julieta no solo lleva en su esencia el espíritu romántico de los amantes trágicos, sino que también ha tejido su propia historia de amor con los aficionados al considerado mejor tabaco en todo el mundo. Desde su creación, la marca ha destacado por una cuidadosa atención al detalle en la confección de sus vitolas, una cualidad que ha enamorado tanto a conocedores como a principiantes.

La marca alcanzó renombre internacional en los primeros años del siglo XX, después de que Don Pepín Rodríguez fuera de los primeros en reconocer la importancia de las anillas como factor del éxito. Se calcula que en la producción se utilizaron hasta 20.000 anillas distintas. Uno de los capítulos más fascinantes de la historia de Romeo y Julieta es su re-

lación con Winston Churchill, el estadista británico que se convirtió en uno de sus más fervientes admiradores. En su visita a La Habana en 1946, Churchill consolidó un vínculo que quedaría inmortalizado en la marca: su nombre adornaría las anillas y bautizaría a la vitola más icónica, el Churchills de Romeo y Julieta.

La marca, siempre en evolución, presentó en 2006 la vitola Short Churchills, de formato robustos que amplió el legado de la marca. Posteriormente, en 2010, lanzaron dos nuevas vitolas: Wide Churchills, con un cepo 55 que marcó tendencia entre los amantes que gustan de calibres gruesos, y Julieta, reafirmando su capacidad de innovación.

El compromiso de Romeo y Julieta con la calidad quedó plasmado en vitolas como el Petit Churchills en 2012, un Habano perfecto para quienes buscan disfrutar de un sabor equilibrado en poco tiempo. Ese mismo año, se presentó la Reserva Churchills Cosecha 2008, elaborada con tabacos añejados durante al menos tres años, un lujo para los sentidos.

A lo largo de la última década, la marca ha seguido sorprendiendo con ediciones especiales como la Gran Reserva Cosecha 2009, el Julieta Pirámides

A lo largo de la última década, la marca ha seguido sorprendiendo con ediciones especiales como la Gran Reserva Cosecha 2009 y la Línea de Oro en 2020

Añejados en 2015, y el Petit Royales en 2017. La sofisticación llegó a su punto máximo con la Edición Limitada Romeo y Julieta Tacos en 2018, demostrando que la marca sabe combinar tradición con innovación.

Romeo y Julieta fue protagonista del XVII Festival del Habano, celebrado en febrero de 2015, con la presentación de su primera Gran Reserva Cosecha 2009 con la vitola Wide Churchills (55 x 130 mm).

**LÍNEA DE ORO
UN TRIBUTO A LA EXCELENCIA**

Para conmemorar sus 145 años, Romeo y Julieta presentó la exclusiva Línea de Oro, una propuesta que elevó el nivel de elegancia y refinamiento. Con vitolas inéditas —Dianas, Hidalgos y Nobles—, esta línea marcó un punto de inflexión al introducir, por primera vez, una fortaleza de Medio a Fuerte.

El diseño de los estuches y anillas reflejó un nivel de detalle excepcional: estuches de madera de sicomoro con un acabado lacado de alto brillo en rojo, el color icónico de la marca. Cada elemento de la Línea de Oro habla de exclusividad

**MOMENTOS ÚNICOS
DE ROMEO Y JULIETA**

LA LÍNEA DE ORO

Romeo y Julieta celebró sus 145 años en 2020 con la nueva Línea de Oro, presentado por primera vez en el XXII Festival del Habano. Formada por tres vitolas inéditas, se convirtió en la línea más premium de la marca y de fortaleza media a fuerte.

Aunque distintas entre sí, cada vitola posee características en común, como el color de su capa y aroma equilibrada y placentera. La primera vitola, Hidalgos con un cepo 57 x 125 mm de largo; la segunda Dianas, con un cepo 52 x 145 mm de largo con vitola de galera Damas; y la tercera recibe el nombre de Nobles, un figurado de cepo 56 x 135 mm con vitola de galera Triangulares.



ROMEO Y JULIETA PETIT ROYALES

En 2017, se incorporó una nueva vitola al portafolio de Romeo y Julieta, de calibre grueso y reducida longitud, un formato cada vez más apreciado por el consumidor actual. Se trata del Romeo y Julieta Petit Royales (cepo 47 x 95 mm de largo).

De corta longitud y con cepo grueso, se trata de un Habano en línea con los formatos de tendencia actual, en creciente demanda por los aficionados de todo el mundo. El nuevo Petit Royales ofrece para un corto tiempo de fumada todo el aroma, equilibrio y complejidad en matices de Romeo y Julieta, el Habano clásico de sabor medio.





MARAVILLAS No.8 CONMEMORÓ LA PRIMAVERA DEL AÑO LUNAR CHINO

Maravillas No.8, de la marca Romeo y Julieta, fue la vitola seleccionada por Habanos, S.A. para conmemorar en 2020 la fiesta de la primavera del año lunar chino. Este puro premium se lanzó en Hong Kong a través de Pacific Cigar Co. e Infon HK Ltd., distribuidores exclusivos de Habanos, S.A. para Asia.

Romeo y Julieta Maravillas No.8 (cepo 55 x 155 de largo), fue una producción limitada que se presentó en un cajón único diseñado en exclusiva para la ocasión, y contó con un grabado especial de una rata, animal que representa el próximo año chino.

El cajón constó de dieciocho Habanos elaborados tras una esmerada selección de las hojas, procedentes de la zona de Vuelta Abajo*, en la región de Pinar del Río*, tierra de donde procede el considerado mejor tabaco del mundo.

CUPIDOS DE ROMEO Y JULIETA

Esta nueva vitola, lanzada en 2023, un producto exclusivo para las Casas del Habano y Habanos Especialistas, se creó para que los aficionados se enamoren y deseen disfrutar de este magnífico Habano de cepo grueso y formato figurado, que ofrece todo el aroma, equilibrio y complejidad de los matices de la marca. Cupidos se presentó al mercado en un estuche especial de 20 Habanos elaborados totalmente a mano con tripa larga, luego de una exclusiva selección de las hojas de capa, tripa y capote de las vegas de Vuelta Abajo*.



ROMEO Y JULIETA AMANTES

Con motivo de su 150° aniversario, Romeo y Julieta presenta en el XXV Festival del Habano la nueva vitola Amantes (cepo 53 x 153 mm de largo). Este lanzamiento rinde homenaje a la pasión entre los amantes más célebres de la literatura, encapsulando en cada Habano la dedicación y el romanticismo que han definido a la marca desde 1875.

y de un compromiso inquebrantable con la calidad.

El 150 aniversario de Romeo y Julieta es mucho más que una celebración; es un recordatorio del impacto duradero que esta marca ha tenido en el mundo del Habano. Su capacidad para evolucionar y mantenerse relevante, sin perder de vista sus raíces, la convierte en un símbolo de la excelencia cubana.

Desde las plantaciones de Vuelta Abajo* hasta los rincones más exclusivos del planeta, cada Habano Romeo y Julieta cuenta una historia de pasión, dedicación y arte. En este aniversario, la marca invita a los amantes del Habano a encender un puro y ser parte de esta historia centenaria que, sin duda, seguirá escribiéndose con humo y tradición. 🍷

***Denominaciones de Origen Protegida (D.O.P.)**

LA CASA DEL HABANO

35 AÑOS DE TRADICIÓN Y EXCELENCIA

LA HISTORIA DE LAS CASAS DEL
HABANO ESTÁ ESTRECHAMENTE LIGADA
A LA EVOLUCIÓN DEL MERCADO DE LOS
HABANOS EN EL MUNDO

TEXTO REDACCIÓN EXCELENCIAS
FOTOS ARCHIVO EXCELENCIAS / CORTESÍA DE HABANOS, S.A.

Este año se cumplen 35 años de la creación de una de las franquicias más icónicas y representativas de uno de los mayores embajadores de la cultura cubana en el mundo, el Habano. Desde su fundación en 1988, estas tiendas especializadas se han convertido en un símbolo de autenticidad, tradición y excelencia en el mundo de los Habanos, llevando el arte y la cultura del tabaco cubano a los cuatro rincones del planeta. Con más de 160 establecimientos en más de 65 países, Las Casas del Habano no solo han promovido el Habano como un producto de lujo, sino que también han creado una comunidad global de aficionados que encuentran en estas

tiendas un espacio único para disfrutar de la experiencia cubana.

La historia de Las Casas del Habano está estrechamente ligada a la evolución del mercado de los Habanos en el mundo. En la década de 1980, Habanos, S.A., la empresa encargada de la comercialización mundial de los Habanos, identificó la necesidad de crear un espacio exclusivo donde los aficionados pudieran adquirir y disfrutar de los puros premium cubanos en un ambiente que reflejara la autenticidad y el prestigio de la marca. Así, nació la primera La Casa del Habano en Cancún, México, en 1988, un proyecto pionero que marcó el inicio de una franquicia global.

Según Max Gutmann, uno de los protagonistas de esta historia, el éxito de la primera tienda fue tan rotundo que pronto se planificó la apertura de una segunda en París, consolidando el concepto de una red internacional de





FLOR DE TABACOS
PARTAGAS
HABANA - CUBA
MAESTRA
ORIGEN
HABANA - CUBA
PARTAGAS
HABANA - CUBA

MONTECRISTO
HABANA - CUBA
21750
MONTECRISTO
HABANA - CUBA

COHIBA
HABANA - CUBA

LA GUIA DE VITOLAS DE HABANA

tiendas especializadas. "Fue un hito que Cubatabaco nos permitiera crear una tienda exclusiva para Habanos", recuerda Gutmann. "Saber que después del éxito en Cancún se abriría una en París, y que esto podría convertirse en una franquicia global, fue emocionante".

UN MODELO ÚNICO EN EL MUNDO

Las Casas del Habano no son simples tiendas; son espacios diseñados para ofrecer una experiencia sensorial y cultural única. Desde su decoración, que combina colores y elementos que evocan la identidad cubana, hasta sus humidores climatizados que garantizan la conservación óptima de los Habanos, cada detalle está cuidadosamente pensado para el disfrute del aficionado.

Blanca Alzogaray, otra figura clave en la historia de la franquicia, destaca que uno de los mayores logros de Las Casas del Habano ha sido la creación de productos exclusivos, conocidos como productos especiales LCDH, que han elevado aún más el prestigio de la marca. "El crecimiento exponencial de las franquicias y su reconocimiento mundial como garantía de calidad y autenticidad son hitos que definen estos 35 años", afirma.

Además, las tiendas cuentan con personal altamente capacitado, conocedores de la cultura y los procesos detrás de cada Habano, lo que permite ofrecer un servicio especializado y personalizado. "Cuando un aficionado viaja a otro país, lo primero que busca es una La Casa del Habano", comenta Gutmann. "Es una experiencia única: ver los formatos, el aroma, disfrutar de los colores y, sobre todo, saber que estás adquiriendo un producto auténtico".

Hoy, la franquicia no solo garantiza la autenticidad de los productos, sino que también se ha convertido en un embajador de la cultura del Habano



FARES NARS

LEYENDA

¿Qué significa para usted pertenecer a la red de tiendas especializadas bajo franquicia La Casa del HABANO?

Para mí es un placer el descubrimiento de un concepto de una tienda especializada únicamente en Habanos, hoy existen más de 160 Casas del Habano a nivel global y haber logrado crear una especie de hermandad entre todas.

¿Qué hitos destacarían en los 35 años de historia de la franquicia?

Yo creo que primero el hecho de que nuestro proyecto después de mucho tiempo de trabajar arduamente y haber logrado que Cubatabaco nos permitiera hacer una tienda exclusiva para Habanos.

Y saber que después del gran éxito que tuvo la primera tienda de La Casa del Habano en Cancún, ya se preparaban para hacer una 2da en París y probablemente hacer una franquicia global.

¿Qué valor considera que ha aportado "Las Casas del Habano" a la promoción del habano en el mercado global?

Creo yo que el solo nombre habla por sí mismo, ya que no existía ningún lugar en el mundo donde se comercializaban Habanos.

Desde su perspectiva, ¿cuál es la experiencia más distintiva que ofrece una visita a "Las Casas del Habano"?

Cuando un fumador va a viajar a otro país, lo primero que hace hoy en día es buscar por internet lugares





donde puedan adquirir Habanos y visitar una Casa el Habano es una gran experiencia, desde ver sus formatos, oler su aroma, ver los colores de sus tiendas además de los equipos con los que cuentan para conservar en óptimas condiciones los productos y contando con un servicio especializado.

Si pudiera definir en una sola palabra a "Las Casas del Habano" en su 35 Aniversario, ¿cuál sería?

LEYENDA

¿Qué evento o acción le gustaría ver en el marco del 35º aniversario para seguir celebrando esta icónica franquicia?

Poder disfrutar de un Habano muy especial para esta fecha tan representativa.



BLANCA ALZOGARAY

GARANTÍA

¿Qué significa para usted pertenecer a la red de tiendas especializadas bajo franquicia La Casa del HABANO?

El placer de ser una de las creadoras de las primeras Casas del Habano del mundo. Era mi forma de trabajar antes de que existiera LCDH, tenía una tienda de Habanos con el mismo concepto, el sentido de pertenencia a algo que trasciende fronteras.

¿Qué hitos destacarían en los 35 años de historia de la franquicia?

La creación de los productos exclusivos LCDH, el crecimiento exponencial que han tenido las franquicias mundialmente y su reconocimiento a nivel

Las Casas del Habano no son simples tiendas; son espacios diseñados para ofrecer una experiencia sensorial y cultural única"

PROMOCIÓN GLOBAL DEL HABANO

El impacto de Las Casas del Habano en la promoción del Habano a nivel global es incuestionable. Antes de su creación, no existía un lugar dedicado exclusivamente a la comercialización de puros premium cubanos. Hoy, la franquicia no solo garantiza la autenticidad de los productos, sino que también se ha convertido en un embajador de la cultura cubana.

"Las Casas del Habano son un espacio pensado para que los clientes descubran la cultura de Cuba y el Habano", explica Alzogaray. "Todos los que trabajan aquí tienen un conocimiento profundo del producto y un respeto especial por su procedencia".

Este compromiso con la autenticidad y la calidad ha permitido que la franquicia se posicione como un referente en el mercado global de tabaco premium. En países como los Emiratos Árabes Unidos, donde el lujo y la exclusividad son valores fundamentales, Las Casas del Habano han logrado conectar la tradición cubana con un público exigente y sofisticado.

EL LEGADO DE UNA FRANQUICIA ICÓNICA

A lo largo de 35 años, Las Casas del Habano han dejado un legado imborrable en la cultura del Habano. No solo han preservado la tradición y la herencia tabacalera cubana, sino que también han elevado el Habano a un símbolo de lujo y refinamiento.

"Si tuviera que definir a Las Casas del Habano en una sola palabra, sería 'garantía'", afirma Alzogaray. "Garantía de autenticidad, de calidad y de una experiencia inigualable".



Para Gutmann, la palabra que mejor describe a la franquicia en su 35º aniversario es 'leyenda'. "Las Casas del Habano son una leyenda viviente, un lugar donde los aficionados pueden conectarse con la historia y la cultura del Habano", sostiene.

CELEBRANDO EL FUTURO

En el marco de este aniversario, los fundadores y representantes de la franquicia han expresado su deseo de seguir celebrando este legado con eventos y acciones que refuercen su posición como líderes en el mercado global. Entre las propuestas destacan la organización de un evento global inspirado en los Habanos World Days, que podría incluir catas de ediciones especiales, galas y reconocimientos a las mejores tiendas del mundo.

Además, se ha sugerido la creación de una plataforma digital para que los clientes evalúen y reseñen las diferentes Casas del Habano, fomentando la excelencia y la innovación en cada establecimiento.

Las Casas del Habano no son solo tiendas; son templos para los amantes del Habano, lugares donde la tradición cubana se fusiona con el lujo y la sofisticación. En sus 35 años de historia, esta franquicia ha logrado trascender fronteras, uniendo a aficionados de todo el mundo bajo un mismo techo y consolidándose como un símbolo de autenticidad y excelencia.

Mientras celebramos este aniversario, queda claro que el legado de Las Casas del Habano seguirá creciendo, llevando la cultura y el arte del Habano a nuevas generaciones y manteniendo viva la llama de una tradición que es, sin duda, una de las más preciadas de Cuba. ●●●

mundial como lugar de garantía de calidad y autenticidad.

¿Qué valor considera que ha aportado "Las Casas del Habano" a la promoción del habano en el mercado global?

Creemos que uno de los fuertes principales de LCDH es ser un espacio pensado para que los clientes descubran la cultura de Cuba y el Habano, donde todas las personas que trabajan tienen una formación, un conocimiento, y un respeto especial por el producto y su procedencia.

Desde su perspectiva, ¿cuál es la experiencia más distintiva que ofrece una visita a "Las Casas del Habano"?

Las Casas del Habano tienen un común denominador de calidad, colores que las identifican en cualquier país del mundo, productos que las reconocen como únicas, personal calificado con conocimiento de los procesos y la cultura, y salones preparados para recibir al cliente en un clima distintivo y especializado. Eso agregado a una conservación ideal en un humidor que sigue las directivas de la franquicia, que hacen la experiencia de compra más enriquecedora. Sin olvidarnos de la Garantía de Autenticidad de los productos.

¿Cuál ha sido, en su experiencia, el mayor legado que "Las Casas del Habano" ha dejado a la cultura del habano?

La tradición, la herencia, la llegada de Habanos, S.A. (reflejada en sus franquicias) que garantiza calidad intacta al cliente final, que al tratarse de una franquicia se ve reflejado hasta el final de la experiencia de compra.

Si pudiera definir en una sola palabra a "Las Casas del Habano" en su 35º aniversario, ¿cuál sería?

GARANTIA

¿Qué evento o acción le gustaría ver en el marco del 35º aniversario para seguir celebrando esta icónica franquicia?

La posibilidad de que los fundadores de las primeras Casas del Habano del mundo sean entrevistados durante el panel del seminario.



— H. UPMANN MAGNUM 50 —

GRAN RESERVA COSECHA 2019



La reconocida marca H. Upmann, sinónimo de tradición y elegancia en el mundo del Habano, presenta en el XXV Festival del Habano su segunda Gran Reserva, protagonizada por la emblemática vitola Magnum 50 (cepo 50 x 160 mm de largo). Este lanzamiento, concebido para los aficionados más exigentes, resalta la fineza de la marca con una experiencia única que combina suavidad, complejidad y exclusividad.

H. Upmann Magnum 50 Gran Reserva Cosecha 2019 ofrece una interpretación sublime de la clásica ligada de la Línea Magnum, con su característica fortaleza suave a media y un perfil aromático refinado. En esta ocasión, las hojas de capa, tripa y capote seleccionadas de la región de Vuelta Abajo*, en Pinar del Río*, han sido sometidas a un añejamiento de al menos 5 años, lo que enriquece aún más sus sabores y matices.

Esta Gran Reserva ha sido elaborada “Totalmente a Mano con Tripa Larga” por los más expertos torcedores, quienes han cuidado cada detalle para garantizar

un producto de calidad excepcional. Su producción está limitada a solo 5.000 estuches numerados, cada uno con 15 Habanos, convirtiéndola en una verdadera joya de colección para los amantes del Habano. 🍷

***D.O.P. (Denominación de Origen Protegida)**

MARCA

H. Upmann

VITOLA DE SALIDA

Magnum 50

VITOLA DE GALERA

Magnum 50

MEDIDAS

Cepo 50 x 160 mm de largo

PRESENTACIÓN

Estuche especial 15 unidades y giftpack de 3 unidades, con tecnología NFC en envase y en anilla Gran Reserva

— ROMEO Y JULIETA —

AMANTES

MARCA

Romeo y Julieta

VITOLA DE SALIDA

Amantes

VITOLA DE GALERA

Sobresalientes

MEDIDAS

Cepo 53 x 153 mm de largo

PRESENTACIÓN

Estuche especial de 20 unidades y Giftpack de 5 Habanos



Con motivo de su 150° aniversario, Romeo y Julieta presenta en el XXV Festival del Habano, la nueva vitola Amantes (cepo 53 x 153 mm de largo). Este lanzamiento rinde homenaje a la pasión entre los amantes más célebres de la literatura, encapsulando en cada Habano la dedicación y el romanticismo que han definido a la marca desde 1875.

Inspirados por la historia de Romeo y Julieta, estos Habanos han sido elaborados “Totalmente a Mano con Tripa Larga”, tras una cuidadosa selección de hojas de capa, tripa y capote provenientes de la prestigiosa región de Vuelta Abajo*, en Pinar del Río*, Cuba*. Este enclave, reconocido por producir el considerado mejor tabaco del mundo, asegura la excelencia que caracteriza a Romeo y Julieta.

La vitola de galera Sobresalientes, que se incorpora por primera vez en el portafolio de la marca, ofrece unas dimensiones

únicas que acentúan el carácter especial de este lanzamiento. Con una fortaleza media y la ligada clásica que distingue a la marca, Romeo y Julieta Amantes está diseñado para cautivar tanto a los aficionados experimentados como a aquellos que están a punto de sentir su primer amor por el Habano.

La vitola Amantes se presenta en dos formatos exclusivos: un elegante estuche de 20 Habanos, ideal para coleccionistas y aficionados, y una edición perfecta para regalo con estuches de 5 Habanos, disponibles a la venta para los afortunados asistentes a la Cena de Bienvenida del XXV Festival del Habano. Ambos formatos reflejan el cuidado y la exclusividad de este lanzamiento, que estará disponible en unidades limitadas a nivel mundial con motivo del aniversario de la marca. ●

***D.O.P. (Denominación de Origen Protegida)**

— MONTECRISTO ELBA —

EDICIÓN LIMITADA 2025

MARCA

Montecristo

VITOLA DE SALIDA

Elba

VITOLA DE GALERA

Encantos

MEDIDAS

Cepo 54 x 146 mm de largo

PRESENTACIÓN

estuche especial de 20 unidades y estuche premier de 5 unidades con tecnología NFC en el envase y en la anilla de Edición Limitada

Para celebrar su 90° aniversario, la reconocida mundialmente marca Montecristo presenta su nueva Edición Limitada 2025, protagonizada por la vitola Elba (cepo 54 x 146 mm de largo). Este lanzamiento especial rinde homenaje a la icónica isla de Elba, un lugar significativo en la novela El Conde de Montecristo, que simboliza un crucial punto de inflexión en la historia del protagonista.

Montecristo Elba Edición Limitada 2025 es un verdadero tesoro para los amantes del Habano. Cada Habano ha sido elaborado "Totalmente a Mano con Tripa Larga" con un añejamiento de al menos dos años. Las hojas de capa, tripa y capote han sido seleccionadas minuciosamente de las mejores vegas de Vuelta Abajo*, en Pinar del Río*, Cuba*, asegurando así la calidad excepcional que caracteriza a esta prestigiosa marca.

Con vitola de galera Encantos, este Habano se presenta al mercado con una anilla de pie adicional y conmemorativa del 90 aniversario de Montecristo, acompañada de una anilla adicional

que identifica esta exclusiva Edición Limitada 2025. Además, incorpora tecnología NFC, lo que permite a los aficionados verificar la autenticidad de este lanzamiento único.

Montecristo Elba Edición Limitada 2025 se presentará además en una exclusiva Premier destinada al mercado español, con un estuche especial que contiene 5 Habanos y una producción limitada de solo 10.000 cajones numerados. Este diseño, cuidadosamente elaborado, refuerza el carácter exclusivo y coleccionable de esta Edición Limitada. 

***D.O.P. (Denominación de Origen Protegida)**



— LA GLORIA CUBANA —

35 ANIVERSARIO

La conocida marca La Gloria Cubana, ha sido la elegida por Habanos, S.A. para conmemorar el 35º aniversario de la prestigiosa franquicia La Casa del Habano con un lanzamiento global exclusivo. Esta ocasión especial se merecía la selección de una marca histórica y apreciada entre los aficionados, La Gloria Cubana, que celebra también su 140 aniversario. Esta combinación se traduce en la producción limitada de 750 humidores, diseñados para coleccionistas y aficionados que valoran la tradición y el lujo del mundo de los Habanos.

Cada humidor 35 aniversario contiene 35 Habanos con la vitola de galera Rodolfos (cepo 54 x 180 mm de largo), un formato parejo, de calibre grueso que destaca por sus dimensiones únicas dentro del portafolio de la marca La Gloria Cubana. Con una fortaleza media y un perfil aromático refinado, esta vitola está diseñada para ofrecer una experiencia de fumado equilibrada, ideal para quienes desean disfrutar de la riqueza aromática y la suavidad inconfundible de la marca.

Con este lanzamiento, La Gloria Cubana 35 Aniversario no solo celebra el legado histórico de la marca y de las tiendas especializadas La Casa del Habano, sino que también reafirma el papel esencial de la red de franquicias como un destino imprescindible para los amantes del Habano que buscan disfrutar de este producto único.

***D.O.P (Denominación de Origen Protegida)**

MARCA

La Gloria Cubana

VITOLA DE SALIDA

35 aniversario

MEDIDAS

Cepo 54 x 180 mm de largo

VITOLA DE GALERA

Rodolfos

PRESENTACIÓN

750 humidores de 35 Habanos



— PUNCH PRINCESAS —

EDICIÓN LIMITADA 2025

MARCA VITOLA DE SALIDA

Punch Princesas

VITOLA DE GALERA

Edmundo

MEDIDAS

Cepo 52 x 135 mm de largo

PRESENTACIÓN

Estuche especial (SPB)
de 18 unidades



Punch, una de las marcas más antiguas y apreciadas del portafolio de Habanos, celebra su 185 aniversario con la vitola Princesas Edición Limitada 2025 (cepo 52 x 135 mm de largo). Este lanzamiento especial revive el nombre de una antigua vitola de los años 60, homenajeando a la rica tradición y legado que caracteriza a la marca.

Con vitola de galera Edmundo, reconocida como una de las más clásicas y apreciadas dentro del portafolio de Habanos, S.A., ofrece su sabor equilibrado y la ligada clásica de fortaleza media enriquecida por el añejamiento adicional de sus hojas durante al menos dos años. Las hojas seleccionadas, provenientes de la renombrada región de Vuelta

Abajo*, en Pinar del Río*, Cuba*.

Este proceso meticuloso garantiza una perfecta armonización que realza los matices y aromas distintivos de Punch.

Punch Princesas Edición Limitada 2025 se presenta en un envase diseñado exclusivamente para esta ocasión, con 20 Habanos cada uno elaborados "Totalmente a Mano con Tripa Larga". Este cuidado en su elaboración asegura que cada Habano ofrezca una experiencia única y placentera para los aficionados de la marca.

***(D.O.P.) Denominación de Origen Protegida**

TRINIDAD VILLA

MARCA VITOLA DE SALIDA
Trinidad Villa

VITOLA DE GALERA
Julieta No.3

MEDIDAS
Cepo 47 x 170 mm de largo

PRESENTACIÓN
Envase especial de 12 unidades



La marca Trinidad, reconocida también por su elegancia y exclusividad, presenta en el XXV Festival del Habano su nueva vitola Trinidad Villa (cepo 47 x 170 mm de largo). Este lanzamiento está destinado exclusivamente a la red de franquicias La Casa del Habano y a los Especialistas en Habanos, reafirmando así el carácter selecto y único de la marca dentro del portafolio de Habanos.

El nombre de esta vitola rinde homenaje a las históricas villas coloniales de Cuba, especialmente a la ciudad de Trinidad, declarada Patrimonio de la Humanidad por la UNESCO. Este tributo resalta no solo la riqueza cultural y arquitectónica de la isla, sino también la conexión entre tradición, elegancia y el arte de elaborar un Habano.

Con la ligada clásica de fortaleza media que caracteriza a la marca, Trinidad Villa ofrece una experiencia equilibrada y refinada, ideal tanto para los aficionados experimentados como para aquellos que buscan aden-

trarse en el fascinante mundo de los Habanos. Cada Habano ha sido elaborado "Totalmente a Mano con Tripa Larga", utilizando una esmerada selección de hojas de capa, tripa y capote provenientes de la prestigiosa región de Vuelta Abajo*, en Pinar del Río*, Cuba*.

La vitola Villa se presenta en un envase especial de 12 unidades, diseñado para resaltar la exclusividad de esta creación y ofrecer una experiencia única a quienes tengan el privilegio de disfrutarla. ◆

*D.O.P. (Denominación de Origen Protegida)



ICONICA
Havana Club



ENJOY RESPONSIBLY

UNA PROPUESTA MUY “SERIA”



HABANA · CUBA

1840 ✦ 2025

TEXTO REDACCIÓN EXCELENCIAS
FOTOS ARCHIVO EXCELENCIAS / CORTESÍA DE HABANOS, S.A.

Fundada a mediados del siglo XIX, Punch ha trascendido el tiempo y las fronteras, consolidándose como un símbolo de calidad y distinción en sus 185 años de existencia. Con

su icónico Mr. Punch, el clown que da vida a sus cajas, la marca ofrece un viaje por la historia y el arte del buen fumar, un legado que se mantiene intacto después de casi dos siglos.

El nacimiento de Punch estuvo ligado al mercado británico. Inspirado por el personaje satírico de marionetas Mr. Punch,

popular en Inglaterra durante el siglo XIX, un emigrante alemán fundó la marca en 1840. Su objetivo era conquistar a los aficionados ingleses con un producto que combinara tradición y un emblema culturalmente cercano.

En 1858, el control pasó a manos de Luis Corujo, y más tarde a Buenaventura

**UN HABANO QUE
MERECE LA PENA TOMAR
MUY EN SERIO, UN
RECORDATORIO DE QUE
LA VERDADERA ESENCIA
RESIDE EN SU HISTORIA,
SU ELABORACIÓN Y,
SOBRE TODO, EN LA
EXPERIENCIA QUE
BRINDA A QUIENES LO
DISFRUTAN**

Parera. Sin embargo, fue Manuel López Fernández, bajo la sociedad Juan Valle y Cía., quien le dio a la marca su proyección internacional. Desde entonces, Punch se posicionó en el mercado británico y conquistó a fumadores exigentes en Europa y otras partes del mundo.

El secreto de Punch reside en el tabaco cultivado en la zona de Vuelta Abajo*, en la región de Pinar del Río*. Este terreno único, con su combinación de clima y suelo fértil, confiere a los Habanos Punch un sabor, aroma y carácter inigualables.

Todos los Habanos Punch son elaborados "totalmente a mano con tripa larga", empleando técnicas que se han mantenido casi intactas a lo largo del tiempo.

UN PORTAFOLIO PARA TODOS LOS GUSTOS

Punch ofrece una gama de vitolas que se adaptan a distintos gustos y momentos,



desde fumadas relajadas hasta celebraciones especiales. Entre sus productos más destacados se encuentran:

- **Punch Double Coronas:** Un Habano de gran formato (cepo 49 x 194 mm), ideal para largas fumadas. Sus notas de cedro, café, nuez moscada y chocolate con leche lo convierten en una experiencia compleja y placentera.

- **Punch Punch:** Con su tamaño versátil (cepo 46 x 143 mm) este es uno de los favoritos de los aficionados. Su humo equilibrado y sus sabores de cacao, crema y especias lo hacen perfecto para cualquier ocasión.

Hoy en día, 185 años después de su creación, Punch sigue siendo un referente de calidad y sabor. Con cada vitola, la marca reafirma su compromiso en seguir deleitando a fumadores de todo el mundo



Punch ofrece una gama de vitolas que se adaptan a distintos gustos y momentos, desde fumadas relajadas hasta celebraciones especiales

• **Short de Punch:** Presentado en 2019, esta vitola de tendencia (cepo 50 x 120 mm) ofrece un calibre grueso en un formato corto, ideal para fumadores modernos que buscan intensidad y practicidad.

La historia de Punch está marcada por su capacidad de adaptarse a los tiempos sin perder su esencia. Desde sus inicios en manos de empresarios europeos hasta su consolidación bajo el liderazgo de Manuel López, la marca ha sabido adaptarse para seguir siendo muy apreciada en todo el mundo.

Y es que Punch, no solo es una marca, es una experiencia. Cada Habano cuenta una historia, desde las detalladas litografías en sus cajas hasta la complejidad de su sabor. Su icónica imagen de Mr. Punch,

rodeado por escenas de la manufactura de Habanos, evoca una tradición que conecta el pasado con el presente.

Pero, a pesar de esa imagen del personaje satírico que le dio su origen, hoy en día, Punch sigue siendo una marca que hay que tomar muy en serio; un referente de calidad y sabor. Punch es, un recordatorio de que la verdadera esencia de un Habano reside en su historia, su

elaboración y, sobre todo, en la experiencia que brinda a quienes lo disfrutan.

En cada calada, Punch invita a sus aficionados a un viaje por la tradición cubana, donde el arte del tabaco se encuentra con el placer de vivir momentos inolvidables.

***Denominaciones de Origen Protegidas (D.O.P.)**



HABANOS Y LA REVOLUCIÓN DIGITAL NFC, INNOVACIÓN Y AUTENTICIDAD

LO MÁS FASCINANTE DE LA TECNOLOGÍA NFC ES SU CAPACIDAD PARA FUSIONAR LO DIGITAL CON LO FÍSICO SIN RESTAR AUTENTICIDAD A LA EXPERIENCIA DEL FUMADOR. EL HABANO SIGUE SIENDO EL PROTAGONISTA, SIN EMBARGO, LA INFORMACIÓN ADICIONAL Y LOS SERVICIOS PERSONALIZADOS APORTAN UN VALOR AGREGADO INNEGABLE

TEXTO YURISANDER GUEVARA
FOTOS ARCHIVO EXCELENCIAS



El lanzamiento de Cohiba Siglo de Oro marcó un hito significativo. No solo representó la combinación de un sabor excepcional y una manufactura impecable, sino también el inicio de una experiencia digital que lleva el disfrute del Habano a otro nivel



En el ámbito del lujo y la tradición, Habanos ha demostrado una notable capacidad de reinención. Con una sólida reputación construida sobre la excelencia de sus productos, esta icónica marca ha apostado por la innovación tecnológica como el complemento perfecto a la experiencia sensorial que ofrecen sus Habanos. La filosofía de trabajo de Habanos, S.A. se basa en una búsqueda constante de mejoras en formatos, envases, conceptos y, ahora, en tecnología. En 2023, se dio un paso decisivo hacia la digitalización y la conectividad con la incorporación de tecnología NFC (Near Field Communication) en su exclusivo portafolio.

COHIBA SIGLO DE ORO: INNOVADOR EN EL USO DE LA TECNOLOGÍA NFC

El lanzamiento de Cohiba Siglo de Oro marcó un hito significativo en la industria del tabaco. No solo representa una fusión de sabores excepcionales y una manufactura impecable, sino también da inicio a una experiencia digital que eleva el disfrute del Habano a un nuevo nivel.

¿Qué significa NFC en este contexto? Es simple y revolucionario: los aficionados ahora pueden acceder

a información exclusiva y verificar la autenticidad de su Habano con tan solo acercar su dispositivo móvil a un sticker NFC identificado. Esta funcionalidad, diseñada para enriquecer la experiencia de consumo, permite a los usuarios descubrir detalles del producto, notas de cata, contenido audiovisual y mucho más. Así, la conectividad digital acerca al consumidor a la marca y protege su inversión. Además, esta tecnología permite a través de la geolocalización mostrar la información de producto solo en aquellos países cuya ley lo permite, mientras que en aquellos que no está permitido identificará si son verdaderos.

Uno de los mayores desafíos en la industria del tabaco premium ha sido, sin duda, la lucha contra las falsificaciones. Aquí es donde la tecnología NFC desempeña un papel fundamental. Al incorporar esta solución, Habanos proporciona a los consumidores una herramienta sencilla y eficaz para verificar la autenticidad de sus Habanos. Un simple acercamiento con el teléfono móvil permite confirmar en segundos si un Habano es genuino, fortaleciendo la confianza del cliente y elevando el estándar de seguridad en el mercado.

Tras el exitoso debut de Cohiba Siglo de Oro, Habanos ha extendido esta tecnología a otros productos emblemáticos de su portafolio. Cada uno de ellos no solo ofrece una experiencia de fumada sublime, sino que invita a los consumidores a interactuar con

Uno de los retos más importantes en la industria del tabaco premium ha sido, sin duda, la lucha contra las falsificaciones. Aquí es donde la tecnología NFC juega un papel fundamental

el producto de una manera sin precedentes. Aquí te presentamos algunos Habanos que ya cuentan con esta innovadora funcionalidad.

Montecristo Brillantes

Sticker NFC en el interior del envase.

Cohiba Tributo

Sticker NFC en el interior del Humidor

Trinidad Cabildos y Trinidad

Cabildos Premier

Sticker NFC tanto en el interior del envase como en la anilla de pie.

Trinidad Fundadores Vintage 10 - 55 Aniversario

Sticker NFC en la anilla adicional Vintage 10.

Romeo y Julieta Reserva

Sticker NFC en el interior del envase y en la anilla de reserva.

Cohiba Espléndidos Gran Reserva

Sticker NFC en la anilla adicional Gran Reserva. Cada uno de estos productos lleva la experiencia del aficionado al siguiente nivel, combinando tradición, lujo y tecnología en un solo producto.

MÁS ALLÁ DE LA EXPERIENCIA FÍSICA

Lo más fascinante de la tecnología NFC es su capacidad para fusionar lo digital con lo físico sin restar autenticidad a la experiencia del fumador. El Habano sigue siendo el protagonista, sin embargo, la información adicional y los servicios personalizados aportan un valor agregado innegable. Además, para Habanos, esta conectividad permite conocer mejor los gustos y preferencias

de sus consumidores, creando un puente directo con sus aficionados más leales.

En un mundo cada vez más digitalizado, Habanos demuestra cómo la innovación puede coexistir perfectamente con la tradición, aportando nuevas herramientas sin perder la esencia de lo que significa disfrutar de un buen Habano.

La incorporación de la tecnología NFC en los Habanos redefine el concepto de lujo. La innovación no es simplemente una tendencia: es una filosofía que busca enriquecer cada momento de la experiencia del consumidor. Desde el aroma y sabor inigualables hasta la conectividad digital, cada Habano es ahora un testimonio del equilibrio perfecto entre tradición y modernidad.

Los aficionados, pueden estar seguros de que tienen entre manos, un producto auténtico, excepcional y acorde con los tiempos actuales. ●●●





COHIBA BEHIKE

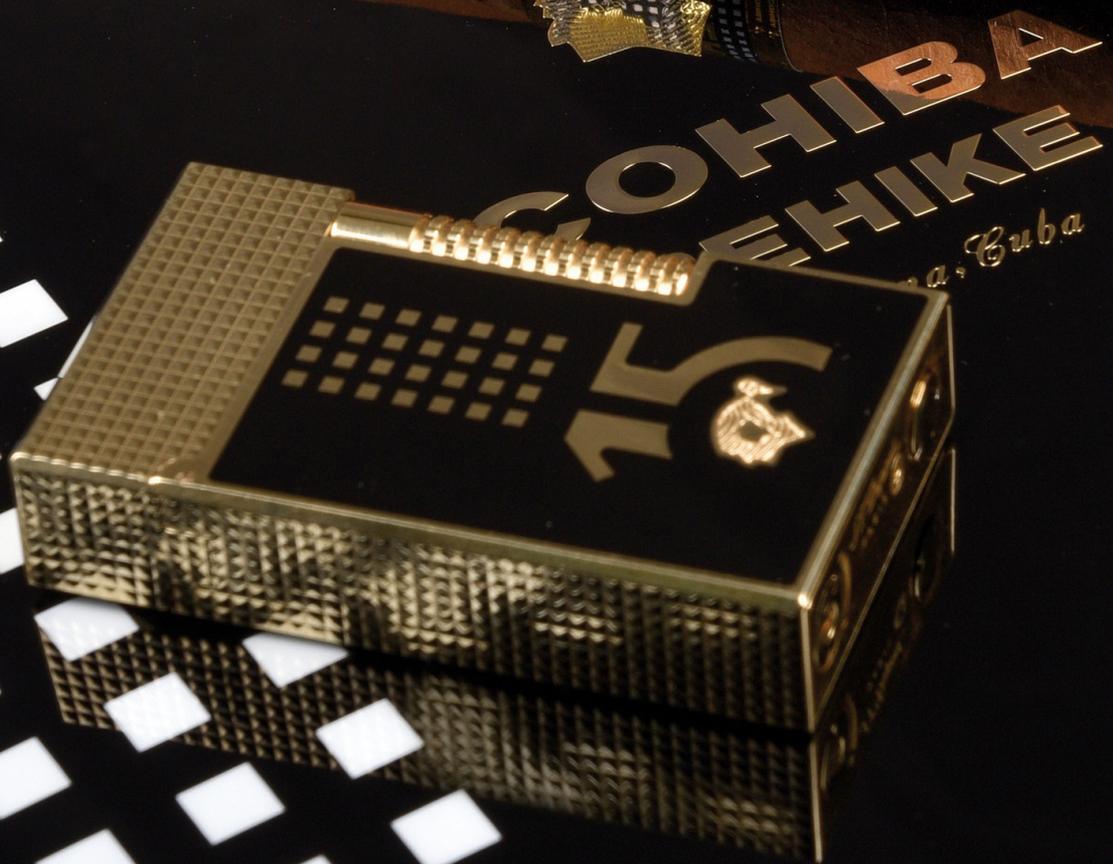
Habana, Cuba



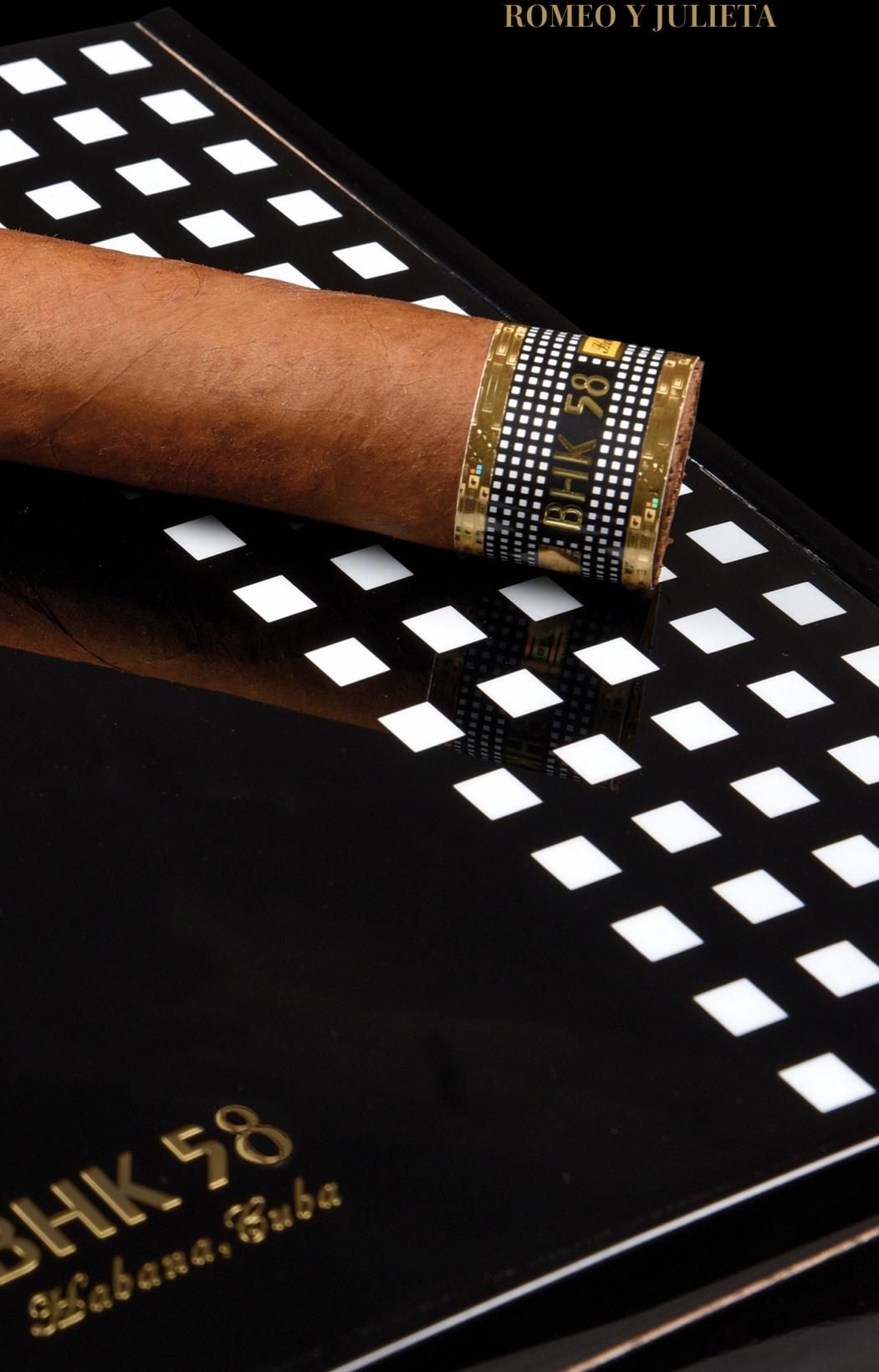
GLAMOUR

S.T. DUPONT Y HABANOS, S.A.

UNA COLABORACIÓN DE LUJO



LAS NUEVAS COLECCIONES DE
DUPONT Y HABANOS DESTACAN
POR SU DISEÑO Y MATERIALES
DE ALTA CALIDAD, DEDICADAS
A CELEBRAR LOS ANIVERSARIOS
15 DE LA LÍNEA BEHIKE Y 150 DE
ROMEO Y JULIETA



SR. ALAIN CREVET
DIRECTOR GENERAL DE S.T.DUPONT

TEXTO REDACCIÓN EXCELENCIAS
FOTOS ARCHIVO EXCELENCIAS / CORTESÍA DE HABANOS, S.A.

La colaboración entre S.T. Dupont y Habanos, S.A. surge como una confluencia de dos marcas icónicas unidas por su pasión por la excelencia artesanal. Este vínculo se fortalece con la celebración de hitos significativos: el 15º aniversario de la Línea Behike, la joya hiperpremium de Habanos, y el 150º aniversario de Romeo y Julieta, un ícono del romanticismo. Ambas colecciones reflejan la tradición de Dupont de diseñar accesorios exclusivos que trascienden lo funcional para convertirse en piezas de arte, manteniendo un equilibrio perfecto entre lujo, innovación y herencia histórica.

Las nuevas colecciones destacan por su diseño meticuloso y materiales de alta calidad, como la emblemática laca de Dupont, acabados en oro amarillo y PVD negro, junto con detalles únicos como piel italiana y efectos de laca pulida y mate. Entre sus novedades, la Línea Behike presenta un cortador de doble punzón y una caja de puros singular, mientras que Romeo y Julieta moderniza su encendedor Ligne 1 con acabados

La combinación perfecta de funcionalidad y estética en estos accesorios se logra a través del amplio savoir-faire de S.T. Dupont

contemporáneos. Estas piezas, dirigidas a amantes del buen vivir y coleccionistas de lujo, no solo enriquecen la experiencia de fumar, sino que simbolizan sofisticación, exclusividad y un homenaje a la tradición.

¿Cómo surgió la colaboración entre Dupont y Habanos, S.A., especialmente con las líneas Behike y Romeo y Julieta?

Esta colaboración es el resultado de una larga relación de colaboración entre S.T. Dupont y Habanos, S.A., basada en una pasión compartida por la artesanía y la excelencia. Para la Línea Behike, la colaboración celebra su 15º aniversario. Como línea hiperpremium de Habanos, Behike se alinea perfectamente con la tradición de S.T. Dupont de crear accesorios exquisitos y de alta gama, lo que hace de esta asociación una combinación excepcional. Por su parte, Romeo y Julieta marca el 150º aniversario de la marca, un hito celebrado a través de esta unión de dos casas icónicas.

¿Cuál fue la inspiración detrás del diseño de los nuevos accesorios para la Línea Behike? ¿Qué materiales especiales se utilizaron en la fabricación de estos productos?

La inspiración para los accesorios Behike se encuentra en los códigos emblemáticos de la propia Línea Behike, en particular el icónico motivo de la cabeza india. Los materiales elegidos reflejan la maestría artesanal de S.T. Dupont e incluyen elementos nobles como la laca, una firma de la Maison, junto con lujosos acabados en oro amarillo y PVD negro. Algunos accesorios también incorporan fina piel de becerro italiana. Técnicas innovadoras como



accesorios que acompañaron la conmemoración del 55 Aniversario de Cohiba.

efectos de laca mate y pulida, grabados y relieves realzan aún más estas piezas, mostrando el arte incomparable de S.T. Dupont.

¿Cómo fue posible combinar funcionalidad y estética en estos accesorios?

La combinación perfecta de funcionalidad y estética en estos accesorios se logra a través del amplio savoir-faire de S.T. Dupont. La Maison aprovecha su experiencia en el diseño de piezas funcionales pero visualmente impactantes, al tiempo que incorpora los códigos estilísticos de Habanos para crear diseños armoniosos que sirven tanto para fines prácticos como estéticos.

¿Hay algún detalle o característica única en los nuevos accesorios Romeo y Julieta y Behike que los haga destacar?

En el caso de Behike, la colección presenta el nuevo cortador de doble punzón, una novedad en el catálogo de S.T. Dupont, junto con una caja de puros de forma única. En Romeo y Julieta, la característica destacada es el encendedor Ligne

1 rediseñado, una versión modernizada del primer encendedor de S.T. Dupont. Además, la colección ofrece efectos de laca "popoté" tanto en los encendedores Ligne 1 como en los Le Grand Dupont, creando un atractivo atemporal pero contemporáneo.

¿A quién está dirigida esta línea de accesorios? ¿Cómo describirías al consumidor ideal?

Esta colección está diseñada para aficionados que disfrutan de los mejores momentos de la vida, en particular aquellos que aprecian el arte de fumar puros. También está dirigida a los fanáticos apasionados de las marcas Behike y Romeo y Julieta que valoran la herencia, la exclusividad y la artesanía excepcional.

¿Qué valor agregado aportan estos productos a los fanáticos de la Línea Behike?

Estos productos ofrecen una combinación única de elegancia, funcionalidad y exclusividad. Están diseñados

para mejorar la experiencia de fumar puros con diseños innovadores y materiales lujosos, proporcionando a los aficionados accesorios que no solo son prácticos sino también símbolos de refinamiento y sofisticación.

¿Cómo ve la evolución del mercado de accesorios para fumadores en los próximos años? ¿Qué otros proyectos tiene Dupont en mente para sorprender a los amantes del lujo y la exclusividad?

Es probable que el mercado de accesorios para fumadores continúe evolucionando hacia una mayor personalización y sostenibilidad, con un enfoque cada vez mayor en la combinación de la innovación con la artesanía tradicional. S.T. Dupont sigue comprometido con sorprender a su clientela explorando nuevas colaboraciones, diseños innovadores y materiales avanzados, al tiempo que se mantiene fiel a su legado de lujo y exclusividad.

¿Qué mensaje le gustaría enviar a los fanáticos de ambas marcas sobre esta nueva colección?

Esta colección representa la sinergia perfecta entre dos marcas icónicas, celebrando su compromiso compartido con la excelencia, el arte y la herencia. Es un homenaje a los aficionados que valoran lo excepcional en cada detalle, y estamos orgullosos de presentar esta colaboración como muestra de gratitud e inspiración.

Dupont y Romeo y Julieta: cuéntenos sobre esta unión que destaca a la pareja romántica más famosa del mundo, que está celebrando su 150 aniversario.

Esta unión es una celebración de la pasión duradera y el romance eterno. El 150 aniversario de Romeo y Julieta es una ocasión notable, y S.T. Dupont se siente honrado de contribuir con su experiencia a esta celebración. La colección captura la esencia del amor, la elegancia y la artesanía, encarnando el espíritu de estas dos casas legendarias. 🍷





WALL OF FAME

ATMOSPHERE



*Eres como la flor de la cohoba.
El jugo de sus hojas ha entrado en
tus raíces... (1)*

DIALOGAR con las PERCEPCIONES

POR: JORGE MÉNDEZ RODRÍGUEZ – ARENCIBIA.
PRESIDENTE EJECUTIVO. CÁTEDRA CUBANA DE
GASTRONOMÍA Y TURISMO.
FOTOS: RAÚL ABREU Y CORTESÍA HABANOS, S.A.

y luego expandido por la mayor parte del mundo— ha formado parte de diversos patrones de imágenes personales.

Como casi todo lo que en sus comienzos fue saludado con vilipendios y hasta satanizaciones, para luego erigirse en algo preciado, así ocurrió con el tabaco. De usual recurrencia en rituales religiosos para varios contextos geográficos y culturales de los aborígenes del Nuevo Mundo, mitigadora evasión de penurias para los esclavos africanos y causa de acoso religioso y judicial en la Europa de finales del siglo XV, en tiempo relativamente breve se universaliza como atavio de posición social, poder, gala y arrogancia.

Con tales atributos, se convierte en elemento distintivo para una imagen de opulencia y capacidad demostrada en la selectividad de placeres, en tanto factor caracterológico para la identificación de personalidades. A los efectos, vale referirse a la ancestral pipa, que desde su surgimiento —atribuible a las antiguas culturas greco-romanas para fumar hierbas aromáticas

Toda vez que estereotipo adquirido para enaltecer varonía y distinción, resulta difícil abstraerse de las imágenes de prominentes figuras universales, sin una pipa —o un puro— sostenidos en bocas o en manos: Sir Walter Raleigh, marino, corsario, escritor, cortesano y político inglés, que durante los siglos XVI y XVII popularizó el tabaco en Europa; al actor Basil Rathbone, interpretando al legendario detective inglés Sherlock Holmes; a Josef Stalin, relevante dirigente soviético de las primeras décadas del siglo XX; al talentoso escritor estadounidense Mark Twain; a las afamadas estrellas hollywoodenses Edward G. Robinson, Clark Gable y Errol Flynn; al distinguido promotor mundial del Habano y Premier de Gran Bretaña en tiempos de la II Guerra Mundial, Sir Winston Churchill; y al carismático científico germano-norteamericano Albert Einstein.

En el mismo sentido de esta conexión atávica con los puros que tantos ejemplos trae a nuestra mente, los espacios para degustarlos han evolucionado, adquiriendo igual dimensión icónica.

Amén de la definición del término atmósfera, con enfoque desde las ciencias naturales como «componente natural de la capa gaseosa que envuelve un astro»; la Real Academia de la Lengua Española incluye la de «estado anímico o situación general de un grupo de personas en un lugar». Constituye esta última acepción la que, en su carácter de circunstancia social, fundamenta la creación del concepto-plataforma denominado Cohiba Atmosphere, surgido como una marca reciente derivada de Cohiba y muy asociado a los servicios de restauración. Su objetivo es el de designar un bar, un club, un restaurante, un salón de degustación de Habanos, o incluso todos estos servicios en un mismo lugar.

El concepto de exclusividad y de reconocimiento universal de una compañía como Habanos, S.A., y su marca más prestigiosa, Cohiba, se ha diversificado con el tiempo, ofreciendo no solo productos de lujo icónicos, sino concibiendo el espacio ideal para su consumo. Se crea así la simbiosis perfecta para el amante del considerado mejor tabaco del mundo.

Se trata de un espacio con diseño especialmente pensado para el disfrute sensorial de fumar Habanos de alta regalía, al tiempo que propiciar algo tan necesario en tiempos actuales: momentos de relajación espiritual, oportunidades de selecta socialización y ampliación de acervos culturales, en torno al conocimiento del tabaco.

Cohiba es la marca de las grandes ocasiones. Simboliza status, élite, distinción, el éxito social, personal y profesional. En ese sentido, se concibe a Cohiba Atmosphere como un lugar en el que los clientes de la marca pueden disfrutar y compartir su «éxito». Un entorno de gran lujo en el que prima la sofisticación y el buen gusto, que busca ser algo orgánico, vivo, que transmite y experimenta sensaciones impregnadas de todo el poder de la marca. Precisamente de ese

significado se derivan dos espacios fundamentales: Zona Inspiración y Zona Espiración.

La primera pretende invitar a disfrutar en compañía de la experiencia de la marca. Motiva al visitante a la reflexión y la inspiración, a través de una experiencia íntima, acogedora, tranquila, que invita a la conversación, la lectura relajada y la degustación. En este lugar, con ese estado de ánimo, se puede acompañar el Habano de la marca Cohiba de un delicioso Bran-

dy, con la lectura de un buen libro, o compartir con un buen amigo.

Por su parte, la Zona Espiración se ubica en el área exterior del recinto, de acceso abierto, y próximo a la entrada al local. Básicamente, pretende ser la zona de toma de contacto con la «atmósfera» Cohiba, donde podrán encontrarse los productos de la diversificación de la marca (café, artículos de fumador, coñac, merchandising, libros...). Dentro de ese ambiente se destacan dos espacios diferenciados: la Barra y la Zona Degustación.



**COHIBA ATMOSPHERE
OFRECE LOS MEJORES
ESTÁNDARES DE
SERVICIO A LA HORA
DE DISFRUTAR
UNA AMPLIA GAMA
DE VARIETADES DE
MARCAS Y VITOLAS DE
HABANOS**





Cohiba Atmosphere deviene así espacio ideal para la promoción de maridajes que potencian el mundo del Habano y su entorno, así como para realizar catas, demostraciones y competiciones en los espacios por los Habanos Sommelier.

Cohiba Atmosphere ofrece los mejores estándares de servicio a la hora de disfrutar una amplia gama de variedades de marcas y vitolas de Habanos, combinadas con una gran selección de bebidas para maridar y un servicio de alta gastronomía disponible en algunos de ellos.

Los salones Cohiba Atmosphere se han extendido en los últimos años a varias regiones del orbe, de manera especial en Asia, donde se les puede encontrar en ciudades como Hong Kong, Tokio, Shanghái, Bangkok, Kuala Lumpur, Tel Aviv o Kuwait. Otras como Buenos Aires, Cancún, Praga, Sofía, Belgrado, Nicosia, etc, también acogen estos establecimientos especializados en esa suerte de culto por gratificar existencias.

Actualmente Habanos, S.A. cuenta con más de 20 Cohiba Atmosphere en todo el mundo, incluyendo el de Cuba, inaugurado en el 2017 y que está ubicado en la galería comercial del Gran Hotel Manzana Kempinski, en La Habana, siendo el primer hotel de lujo cinco estrellas plus del país que opera bajo esta prestigiosa marca.

Ante las mencionadas realidades, resulta oportuno recordar la siguiente afirmación: *Habanos, una palabra que se disfruta con los ojos cerrados y los otros sentidos muy abiertos, es la huella tangible e intangible a su vez del espíritu de una nación.* (II) 🍷

(I) Fragmento tomado del libro *El ritual de la cohoba*, de Thelvia Marín Mederos.

(II) Fragmento de *Carta del editor: Tabaco, cultura y nación*. José Carlos de Santiago. Revista Excelencias Turísticas del Caribe & Las Américas, No. 113/2013.

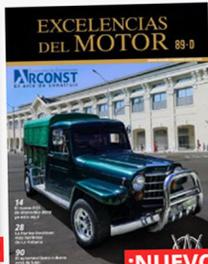
SUSCRÍBETE
Y OBTÉN **GRATIS** NUESTRAS EDICIONES
OFERTA VÁLIDA POR TIEMPO LIMITADO



¡NUEVO!

EXCELENCIAS
FROM THE
CARIBBEAN &
THE AMERICAS
Nº190 (ENGLISH)

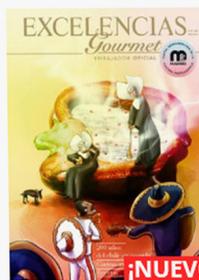
€2.50 €0.00



¡NUEVO!

EXCELENCIAS
DEL MOTOR
Nº89

€2.50 €0.00



¡NUEVO!

EXCELENCIAS



¡NUEVO!

ARTE POR

TODAS LAS REVISTAS EN SU SITIO

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!

Una pausa en el tiempo para degustar el presente

Cuervo y Sobrinos



CONTACTOS

📍 Oficio 212. Habana Vieja. Cuba

🌐 egdp.ohc.cu



EMPRESA
GESTIÓN DEL PATRIMONIO
OFICINA DEL HISTORIADOR

PARTAGÁS 180 AÑOS DE PURO CARÁCTER



EL ANIVERSARIO 180 DE PARTAGÁS NO ES SOLO UNA CELEBRACIÓN DE SU HISTORIA, SINO UN RECORDATORIO DE SU IMPACTO EN EL MUNDO DE LOS HABANOS

TEXTO REDACCIÓN EXCELENCIAS
FOTOS ARCHIVO EXCELENCIAS / CORTESÍA DE HABANOS, S.A.

Si existe una marca de Habanos que personifica la esencia de la tradición cubana, esa es Partagás. En 2025 celebra su 180 aniversario, consolidándose como un

emblema del carácter y la excelencia en el universo del tabaco premium. Desde su fundación en 1845 ha cautivado los sentidos de los fumadores más exigentes alrededor del mundo con su inconfundible intensidad y riqueza aromática.

La historia de Partagás comenzó con el visionario Don Jaime Partagás y Rabel, un ca-

talán que llegó a Cuba en busca de oportunidades y halló en las fértiles tierras de Vuelta Abajo*, en Pinar del Río*, el secreto para crear un Habano sin igual. Gracias a su afán por la excelencia, adquirió las mejores vegas de tabaco, garantizando una calidad insuperable que pronto colocaría a Partagás en la cima de la industria tabacalera mundial.

La historia de Partagás comenzó con Don Jaime Partagás y Rabel, un catalán que llegó a Cuba en busca de oportunidades y halló en tierras de Vuelta Abajo*, en Pinar del Río*, el secreto para crear un Habano sin igual



En 1845, se fundó la marca Partagás, ubicada en una fábrica majestuosa en la calle Industria No. 520, detrás del Capitolio de La Habana. Este edificio colonial, con su imponente inscripción Real Fábrica de Tabacos, se convirtió en un referente arquitectónico y en el epicentro de una tradición artesanal que trascendió fronteras. En la actualidad, la Fábrica Partagás está situada en la Calle San Carlos nro. 806.

Los Habanos Partagás son reconocidos por su carácter único y su fortaleza

fuerte. Algunas de sus vitolas más apreciadas son:

Serie D No. 4, que marcó un hito al ser la primera Reserva de la marca.

Lusitanias, un doble corona que seduce con su majestuosidad siendo la primera Gran Reserva Cosecha 2007 de la marca.

Serie P No. 2, una pirámide que desde 2005 se ha ganado un lugar especial en los corazones de los aficionados por su formato figurado y su fortaleza fuerte, característica de la marca.

Línea Maduro, introducida en 2015 con dos vitolas Maduro No.1 y Maduro No.2 y ampliada en años posteriores con la vitola Maduro No.3, ofreciendo una experiencia más intensa y compleja.

Línea Retro, que se presentó con Partagás Capitols. Se trata de una propuesta muy atractiva y moderna para el aficionado, y al mismo tiempo con un indiscutible encanto retro en su diseño.

Línea Maestra, la primera Línea de la marca que utiliza exclusivamente tabaco de las plantaciones de San Luis*, en la reconocida zona de Vuelta Abajo*, en la región de Pinar del Río*.



La elección de un único origen refleja la importancia de esta región en la producción de tabaco de alta calidad. Los Habanos de Partagás Línea Maestra (con sus tres vitolas Origen, cepo 46 x 154 mm de largo; Rito, cepo 52 x 168 mm de largo y Maestro, cepo 56 x 132 mm largo) ofrecen una experiencia sensorial rica y diversa. Los aromas están hábilmente equilibrados y ofrecen notas profundas y matizadas que seducen a los conocedores. La complejidad aromática de los Habanos Línea

ALGUNOS HABANOS PARTAGÁS QUE TE INTERESARÁ DEGUSTAR

LÍNEA MAESTRA



Vitola de Salida: Origen | **Medidas:** Cepo 46 x 154 mm de largo



Vitola de salida: Rito | **Medidas:** Cepo 52 x 168 mm de largo



Vitola de salida: Maestro | **Medidas:** Cepo 56 x 132 mm largo

LUSITANIAS



Vitola de galera: Prominentes | **Medidas:** Cepo 49 x 194 mm de largo

CAPITOLS



Vitola de galera: Marevas | **Medidas:** Cepo: 42 x 129 mm de largo

SUPER PARTAGÁS



Vitola de galera: Cremas | **Medidas:** Cepo 40 x 140 mm de largo

SERIE D NO.4



Vitola de galera: Robustos | **Medidas:** Cepo: 50 x 124 mm de largo

Maestra es excepcional. La novedad de esta nueva línea es el formato de su “Cabeza tumbada” y el elegante color azul de su envase.

Cada Habano de Partagás es el resultado de un meticuloso proceso de selección, fermentación y añejamiento que garantiza un producto de calidad inigualable.

INNOVACIÓN Y TRADICIÓN EN PERFECTO BALANCE

A lo largo de su historia, Partagás ha logrado una perfecta fusión entre tradición e innovación. En 2013, por ejemplo, presentó la Gran Reserva Lusitanias Cosecha 2007, un tributo al arte de crear Habanos para los paladares más exigentes.



Desde sus clásicos Lusitanias hasta las innovadoras Líneas Maduro, y Maestra; Partagás sigue mostrando su carácter único y construyendo un legado que perdurará en el tiempo

En 2018, la introducción de la Línea Maduro No. 2 y No. 3 reafirmó el compromiso de la marca con la innovación. Estas vitolas ofrecieron una nueva dimensión de sabor, ampliando el portafolio y cautivando a un público sediento de experiencias únicas.

El nombre de Partagás no solo evoca la excelencia del Habano, sino también a la rica historia cultural de Cuba. Don Jaime Partagás, además de ser un innovador en la producción de Habanos, introdujo la figura del lector en las fábricas de tabaco torcido, enriqueciendo las jornadas de los torcedores con literatura y noticias, una tradición que perdura hasta hoy.

Aunque la histórica fábrica en la calle Industria ha cerrado sus puertas, su espíritu se mantiene vivo en la nueva sede en la calle San Carlos No. 806. Desde allí, Partagás continúa conquistando el mercado global con productos que son auténticas obras maestras.

El Humidor Partagás Tropicales, lanzado en 2020 para conmemorar el 175 aniversario de la marca, se convirtió rápidamente en un objeto de deseo. Este humidor exclusivo, limitado a solo 450 unidades numeradas, refleja la elegancia y la exclusividad que definen a Partagás.



El aniversario 180 de Partagás no es solo una celebración de su historia, es un recordatorio de impacto que ha tenido en el mundo de los Habanos. A lo largo de casi dos siglos, ha consolidado su reputación como una de las marcas más reconocidas y respetadas, formando parte de la élite de las marcas de Habanos, S.A.

Desde sus clásicos Lusitanias hasta las innovadoras Líneas Maduro y Maestra, Partagás sigue construyendo un legado que perdurará en el tiempo. Porque, como diría un aficionado, cada Habano de

Partagás no es solo un Habano: es una experiencia inolvidable que rinde homenaje a la rica herencia cultural de Cuba.

Con esta celebración, Partagás reafirma su compromiso con la calidad y la autenticidad, invitando a los amantes del buen fumar a ser parte de una historia que sigue evolucionando. ¡Felicidades, Partagás, por 180 años de excelencia! 🍷

***Denominaciones de Origen Protegidas (D.O.P.)**



ALIANZAS PARA TODA UNA VIDA

YA SEA EN EL AMOR O LOS MARIDAJES, LA COMBINACIÓN DE AMBAS PARTES PUEDE DETONAR TANTO EN RELACIONES MEDIOCRES Y CARENTES DE SENTIDO, COMO EN SABORES Y SENSACIONES QUE PERDUREN TODA UNA VIDA

Si es usted un ser humano de alma cálida y vibrante seguramente comprenda la importancia de una buena compañía. No una que meramente exista por tener forma y ocupar un espacio, sino una compañía que enriquezca y catapulte los valores de su unión.

Ya sea en el amor o los maridajes, la combinación de ambas partes puede detonar tanto en relaciones mediocres y carentes de sentido, como en sabores y sensaciones que perduren toda una vida.

Para buena, o mejor dicho, excelente suerte de los apasionados por el buen gusto, la alianza Cohiba Behike 54 y The Dalmore 15 años promete, sin timidez alguna, despertar emociones fabulosas incluso en los paladares más exigentes. Y no era de poco esperar que un Habano tan exquisito formara parte

POR ELISA GARCÍA ISIDRÓN
FOTOS ARCHIVO EXCELENCIAS

de esta alianza tan acertada, teniendo en cuenta que su línea, la línea Behike, constituye un emblema de exclusividad y sofisticación en el gremio de los amantes del mejor tabaco del mundo.

Cada vitola de esta línea, elaborada con una preciada selección de hojas, –incluyendo el muy escaso Medio Tiempo–, regala sensaciones magníficamente peculiares; sin embargo, el BHK 54 (cepo 54 x 144 mm de largo), diseñado por los maestros más experimentados en el mundo del Habano, eleva el acto de fumar a un nivel casi artístico.

Aromas suaves de madera y ligeras notas de especias son perfectamente perceptibles con la primera

La alianza Cohiba
Behike 54 y The
Dalmore 15 años
promete, sin
timidez alguna,
despertar emociones
fabulosas incluso
en los paladares más
exigentes



bocanada, mientras que, a lo largo de la fumada, brotan y se entrelazan ligeras notas dulces con toques de roble y sutiles insinuaciones de cacao. La densidad de su humo, la cremosidad y el retrogusto que permanece en el paladar terminan de complementar esta danza armónica y transforman el momento en una experiencia sensorial de lujo.

CUANDO DE BUENAS COMPAÑÍAS SE TRATA

The Dalmore 15 años, un *single malt* de las Tierras Altas que destaca por su profundidad, tendrá el honor de acompañar de especial manera al BHK 54 en la Alianza Central este 26 de febrero durante el XXV Festival del Habano.

Este whisky, madurado en barricas de diferentes tipos de jerez añejo, incluyendo Apóstoles, Amoroso y Matusalem Oloroso, aporta casi una decena de matices que comienzan desde el agrio-dulce de la mermelada de naranja hasta la esencia de chocolate

oscuro al final de un sorbo. Por si no pareciera suficiente, a esta amalgama de sabores se le suma el hecho de que los maestros whiskeros seleccionen meticulosamente cada barrica de jerez para complementar las notas de vainilla y miel presentes en el roble blanco americano *ex-bourbon*.

Esta colaboración reafirma la dedicación a la excelencia, consolidándose como un referente mundial en el ámbito de las bebidas espirituosas y la cultura del Habano, ofreciéndole, además, una inolvidable experiencia a los participantes del evento, quienes aprecian no solo la exclusividad de estos productos, sino también la atención a cada detalle.

La complejidad y fortaleza fuerte del BHK 54 aportan notas y matices al The Dalmore 15 años que ninguna descripción por muy detallada que fuera, podría igualar la experiencia de vivirlo. Sin lugar a dudas, un espectáculo que fusionará la tradición y la excelencia de dos íconos del lujo y enaltecerá la exclusividad de una alianza digna de perdurar toda una vida. ●●●

Havana Club



MOMENTOS DIGNOS DE DEGUSTAR



HABANOS, RONES Y TAPAS CUBANAS SERÁN PARTÍCIPES DE LA DEGUSTACIÓN ESPECIAL DEL XXV FESTIVAL DEL HABANO

POR ELISA GARCÍA ISIDRÓN
FOTOS ARCHIVO EXCELENCIAS

Las degustaciones han sido, entre otras cuestiones, epicentros testigos de la evolución de las sociedades a lo largo de la historia. Este concepto, asociado a la palabra “degustar” y proveniente del latín *degustare*, significa “probar con gusto” y ha estado presente en los escenarios más contrastantes que pudieran imaginarse; desde los despampanantes banquetes que la reina María Antonieta de Francia organizaba en Versalles, hasta una tarde cualquiera, en la que una pareja de ancianos disfruta silenciosamente de un platillo que nunca antes había probado.

En el contexto de la Degustación Especial del XXV Festival del Habano este “arte de degustar” toma una connotación de irrefutable excelencia al estar protagonizado por el Habano Hoyo de Monterrey Le Hoyo de San Juan con su vitola de galera: Geniales (cepo 54 x 150 mm de largo). Este Habano, que se caracteriza por su complejidad y suavidad, es elaborado exclusivamente con hojas

provenientes de San Juan y Martínez*, de la zona de Vuelta Abajo*, en la región de Pinar del Río*, y ofrece, además, un aroma fresco que lo convierte en una acertada selección para aquellos paladares que tengan preferencia por calibres gruesos y fortalezas suaves.

El Ron Cubay, producto con Denominación de Origen Protegida, Sello de Garantía de la República de Cuba y que cuenta con cinco exquisitos surtidos de variados formatos (Carta Blanca, Carta Dorada, Añejo Suave, Añejo y Añejo Superior 10 Años), promete ser un acompañante digno de lograr un maridaje memorable junto al Habano protagonista de esta degustación con dos de sus productos estrella. El Ron Cubay 1870 Extra Añejo, reconocido por su carácter robusto, complementa la esencia de este Habano aportando sus notas de vainilla y especias en cada sorbo; mientras que, el Ron Cubay Extra Viejo, con 14 años de envejecimiento, promete armonizar cada bocanada de humo con sus matices de especias, frutas secas y roble.

En el empeño de diversificar esta experiencia, la degustación incluirá una serie de tapas cubanas que aportarán, tanto al entorno como a los paladares, variadas y sutiles pinceladas de la gastronomía nacional. Una combinación que asegura un viaje sensorial donde se entremezcla lo más exclusivo de los productos cubanos.



Pero no solo la degustación en sí estará exquisitamente complementada, sino también toda la infraestructura que sostiene el rigor profesional de este evento, y con ello nos referimos al panel de expertos, que en sí mismo, representa un lujo. Dayli Torres, directora de Desarrollo de Negocios de Habanos, S.A., desvelará las peculiaridades y misterios de esta vitola única; César Martí, Maestro Ronero de Cubaron, profundizará en los matices del icónico Ron Cubay; mientras que, el chef Eddy Fernández Monte, fundador y presidente de la Federación Culinaria de Cuba (FCC), expondrá su enfoque culinario al presentar una serie de tapas diseñadas específicamente para realzar la experiencia sensorial. Por último, el reconocido Habanos Sommelier Alejandro Herrera, demostrará su maestría en el mundo del maridaje, invitando a la audiencia a una cita irrechazable con el disfrute del mejor tabaco del mundo y dando por concluido un evento que este 26 de febrero fomentará, entre los más exigentes paladares, el “arte de degustar”. 🍷

Denominación de Origenes Protegida (D.O.P.)



CAMMINO A VUELTA ABAJO

POR JUAN CARLOS RODRÍGUEZ FOTOS ARCHIVO EXCELENCIAS

Vuelta Abajo* es una región histórico cultural. Es la tierra de mejor tabaco del mundo. Ahí los laboriosos vegueros cultivan la hoja, única por su calidad, combustibilidad, sabor y aroma, materia prima esencial para los puros premium.

ESTE XXV FESTIVAL DEL HABANO, COMO ANTERIORES, MANTIENE EL ATRACTIVO RECORRIDO POR LAS PLANTACIONES DE VUELTA ABAJO*, QUE ES COMO UN VIAJE A LOS ORÍGENES DEL HABANO

El moreno tabaco conquistó Europa con el embrujo de sus volutas de humo, las prohibiciones superadas y las demandas de los afamados Habanos. El Habano por ser tan genuinamente cubano, es símbolo de nuestra cultura y patrimonio de la nación.

¿Qué tiene Vuelta Abajo* de especial para considerarse la tierra del mejor tabaco del mundo? Entre sus potencialidades destaca la combinación irrepetible de cuatro elementos esenciales:



- El suelo de la llanura sur fertilizado e irrigado, con las esencias de la cordillera majestuosa de Guaniguanico, desde Río Hondo hasta el Cuyaguatete.
- El clima que logra estabilidad armoniosa en las vegas, con sus temperaturas oscilantes y combinadas.
- Las variedades de calidad y resistencia, de donde sale la aromática hoja, con la aplicación de la ciencia, desde la Estación Experimental de San Juan y Martínez.
- El hombre, ente decisor, dotado de una cultura secular de laboreo y experiencias, capaz de sentir las plantas y las hojas

crecer como afirmaba Don Alejandro Robaina, en las vegas cubiertas de tul, que aportan las capas tocadas por las manos prodigiosas de mujeres, en un proceso fabril minucioso e intenso.

La ciudad de Pinar del Río debe su dinámica socioeconómica al cultivo del tabaco. Fueron los laboriosos vegueros los que se asentaron a orillas del río Guamá y convirtieron el poblado en un centro económico distinguido. Afamadas vegas como Las Taironas, Las Delicias, La Campana, Villamil, San Mateo, Río Feo, El Cangre, se convirtieron en centros de alta demanda para la producción del Habano.

La ciudad de Pinar del Río se levanta sobre vegas de tabaco, está acorralada por un veguerío tradicional de fama universal



Disfrutan los participantes al festival de un paisaje único de tabacales y casas de curar, de vegueros madrugadores, escogidas y talleres

Capitales e intereses se conjugaron para llevar el Ferrocarril del Oeste, desde la Habana a Pinar del río (1857-1894). Un camino de hierro para el tabaco, donde el Marqués de Pinar del Río, Marqués de las Taironas, los Partagás, los Pedrosos, los Cifuentes pusieron sus capitales para lograr que las cargas salieran directo a las fábricas habaneras.

La ciudad de Pinar del Río se levanta sobre vegas de tabaco. Está acorralada por un veguerío tradicional de fama universal. Su inmueble más importante es el Palacio Guash, erigido en la vega el Conuco, para el que tuvieron que emitir disposiciones oficiales por el Ayuntamiento para impedir las siembras en el propio centro urbano a principios del siglo XX.

La bebida más original de vuelta abajo, la Guayabita del Pinar, está asociada al cultivo. Los campesinos al ingresar a las vegas en las frías mañanas ingerían la bebida para repasar las hojas.

Este XXV Festival del Habano, como anteriores, mantiene el atractivo recorrido por las plantaciones de Vuelta Abajo*, que es como un viaje a los orígenes del Habano. Resulta muy interesante para los asistentes al evento poder comprobar, de primera mano, cómo es el proceso de cultivo de las hojas para capa, el capote y

la tripa, que se utilizan en la elaboración de los futuros puros premium.

Durante estas visitas los participantes en el XXV Festival del Habano también pueden conocer una escogida, algunos productores, y descubrir ciertos secretos en la Estación Experimental, custodio y garante de la calidad de la semilla de las variedades de tabaco negro cubano.

Disfrutan los participantes al festival de un paisaje único de tabacales y casas de curar, de vegueros madrugadores, escogidas y talleres.

una zafra de aroma y verde tierno antecede al Habano señorial, que se viste con el capote de Vuelta Abajo*, y sale a subyugar al mundo; pleno de cubanía, símbolo y síntesis de la cultura laboriosa de los vegueros. 🌿

Denominación de Origenes Protegida (D.O.P.)

hellmann
Worldwide Logistics

For the better.
Together



30
years
in Cuba

WORLD CHALLENGE



LOS RETOS DEL HABANO WORLD CHALLENGE

POR
FERNANDO
FERNÁNDEZ
MILIÁN
FOTOS
ARCHIVO
EXCELENCIAS
Y CORTESÍA
HABANOS, S.A.



**DURANTE ESTE EVENTO,
AFICIONADOS A NIVEL
INTERNACIONAL
DEMUESTRAN SUS
CONOCIMIENTOS SOBRE
EL MEJOR TABACO DEL
MUNDO**

El conocimiento del Habano, tanto desde su cultura agrícola hasta su producción y comercialización, se ha convertido en una práctica de entrega y pasión que requiere de profundos e intensos estudios.

El Habanos World Challenge (HWC) es uno de los concursos más esperados del Festival del Habano, donde aficionados a nivel internacional se disponen a demostrar sus amplios conocimientos sobre el mejor tabaco del mundo. Este desafío no comienza en el propio festival, sino a través de concursos locales desarrollados en diferentes ciudades donde se concretan las parejas potenciales que posteriormente disputarán su título oficial en La Habana.

Durante la competición, no solo se valoran la diversidad y profundidad del conocimiento de los finalistas, sino también su capacidad de reacción, habilidades de comunicación y síntesis, así como el desempeño de su memoria sensorial durante pruebas prácticas.

LOS MOMENTOS MÁS INTRIGANTES DE LA GRAN FINAL INCLUYEN

DUELO

Dirigidas por el presentador, las parejas se enfrentan por responder una serie de preguntas agrupadas en cinco categorías: Agroindustria, Industria, Marcas, Lanzamientos y Degustación. Cada categoría cuenta con cinco preguntas que pueden responderse en dos modalidades. La primera consiste en elegir la respuesta correcta dentro de cuatro propuestas mientras que en la segunda se declara si es verdadera o falsa la información.

EXPOSICIÓN DEL TEMA

A través de un sistema digital y de manera aleatoria, los concursantes deben exponer brevemente un tema incluido en las siguientes tres categorías: Marcas, Lanzamientos y Degustación. Durante el período de tiempo acordado, las parejas preparan el



**Además del conocimiento
de los finalistas, se valora
su capacidad de reacción,
habilidades de
comunicación y síntesis,
así como el desempeño
de su memoria sensorial**

2 0 2 4
QUINTO HABANOS WORLD CHALLENGE



SR. PHILIP RAMOS Y SR. AARON
IGNACIO (CANADÁ)

contenido a exponer posteriormente ante el público y el jurado, quien valora la calidad de la información, la estructura de la composición y la capacidad de enriquecer la explicación con ejemplos y humor.

DEGUSTACIÓN

Una vez reunidas ambas parejas en el escenario, se le sirve a cada participante un licor o un espirituoso que deben degustar junto al Habano que ya estaban fumando. Posteriormente, deben identificar del Habano: su vitola de galera, territorio de sabor, marca y vitola de salida, así como identificar qué tipo de licor o espirituoso bebieron. Para finalizar esta poderosa demostración práctica de los conocimientos teóricos,



2 0 2 3
CUARTO HABANOS WORLD CHALLENGE



ANTONIO PASAPARAKIS Y EFTHIMIOS
KARACHRISTIANIDIS (CHIPRE)

2 0 2 0
TERCER HABANOS WORLD CHALLENGE



TAREK GAMAYEL Y FADI HAMDAD
(EMIRATOS ÁRABES UNIDOS)

2 0 1 9
SEGUNDO HABANOS WORLD CHALLENGE



AURELIO TUFANO Y GIULIO
AMATURO (ITALIA)

2 0 1 8
PRIMER HABANOS WORLD CHALLENGE



RAFFIR DER GARABEDI Y ALENIS
TSILEPIS (CHIPRE)



Los retos de este evento son imprescindibles para enriquecer el conocimiento sobre el Habano en su verdadero reino, Cuba

las parejas deben exponer el aporte de la bebida degustada al Habano.

Habanos World Challenge ha llegado a su sexta edición este 2025 y con orgullo recibe a los cinco equipos representantes de Colombia, Cuba, Caribe (Belice), España y Kuwait. Su celebración tendrá lugar entre los días miércoles y viernes del Seminario Internacional, en el marco del Festival del Habano, por

lo que te proponemos vivir en directo la final y apoyar a tu pareja preferida.

Este emocionante evento no solo constituye un manifiesto a viva voz de saberes, sino también una declaración de entrega y admiración por el mejor tabaco del mundo. Sus retos son imprescindibles para enriquecer el conocimiento sobre el Habano en su verdadero reino, Cuba. 🍷

SAN JUAN Y MARTÍNEZ
CUNA DEL MEJOR
TABACO DEL MUNDO



EN ESE RÚSTICO AMBIENTE, EN MEDIO DEL CAMPO, SALPICADO DE MAJESTUOSAS PALMERAS QUE PARECEN CELOSAS VIGILANTES DE SUS NOCHES FRÍAS Y DÍAS SOLEADOS, CRECE EL MEJOR TABACO DEL MUNDO.

Conocido como la Meca de Tabaco, el territorio de San Juan y Martínez* descuella por el especial verdor de sus extensas y espléndidas vegas, salpicadas de palmares. "Un rincón del paraíso en la Tierra", exclaman algunos de sus más fervientes admiradores, peregrinos de los cinco continentes que acuden al pequeño municipio de la occidental provincia cubana de Pinar del Río* a deleitarse con su paisaje y saciar el deseo de descubrir personalmente, en el contacto directo con su gente, la singular leyenda del habano.

El 23 de enero de este 2025 cumplió 150 años de su entrada en los registros históricos poblacionales de Cuba con el título de "Villa del dulce nombre de Jesús", otorgado por la corona española.

No obstante, pobladores de la comarca mantuvieron el nombre de los primeros corrales ganaderos de San Juan y de Martínez* en uso desde principios del siglo XVI. Corría el año 1875 y ya la zona daba muestras de una especial complicidad

de suelos y clima, para propiciar plantaciones de hojas deslumbrantes, que tras el complejo proceso de curación, secado y torcido propiciaban unos puros de singular y refinado aroma.

Sin dudas, la búsqueda de la perfección, el estudio de los suelos y la influencia climática en las plantaciones de tabaco, a lo largo de los siglos, desde 1492, condujo a los agricultores hasta estas tierras de la región de Vueltabajo*, en el extremo suroccidental de Cuba.

Según la respetable opinión de José Rivero Muñiz, en su obra "Tabaco. Su historia en Cuba", publicada en 1965 por el Instituto de Historia de la Academia de Ciencias de Cuba, "la bondad de los terrenos cubanos influyó en forma decisiva en la inigualada calidad del tabaco sembrado en los mismos, acrecentando su buena combustibilidad, sabor y aroma, o sea, las cualidades esenciales del habano, reconocido hoy como muy superior a todos los demás del mundo".

La esencia de esta diferencia está en el tabaco y su sabor, a partir de la unión de cuatro factores solo existentes en Cuba: suelos, clima, la variedad de Tabaco Negro Cubano y el saber hacer de los vegueros y torcedores.

El suelo y el clima de Cuba son inimitables. De la misma manera, no se puede replicar el conocimiento y la cultura del tabaco acumulados en Cuba durante siglos.

El 23 de enero de este 2025 cumplió 150 años de su entrada en los registros históricos poblacionales de Cuba con el título de "Villa del dulce nombre de Jesús", otorgado por la corona española



Más de 500 procesos manuales, incluyendo los métodos agrícolas y de fábrica, son realizados entre la siembra de la semilla y la puesta en caja de cada Habano.

San Juan y Martínez* está ubicado en la región suroccidental de Pinar del Río*.

Toda la compleja cultura de la siembra, la cosecha y el procesamiento de la hoja de tabaco se transmite de padres a hijos, es motivo de orgullo y ha creado en muchos casos una tradición familiar

Por el norte limita con los municipios de Minas de Matahambre y de Viñales; al sur con el mar Caribe, Ensenada de Cortés; al este con los municipios de San Luis* y de Pinar del Río*; y al oeste con el de Guane.

El territorio tiene una extensión de 409 kilómetros cuadrados y su población asciende aproximadamente a 45 000 habitantes, vinculados de un modo u otro con la maravillosa plantación, sus secretos, historias y leyendas.

Toda la compleja cultura de la siembra, la cosecha y el procesamiento de la hoja de tabaco se transmite de padres a hijos, es motivo de orgullo y ha creado en muchos casos una tradición familiar.

Esta participación temprana en la vida agrícola es vista como una forma de asegurar la continuidad de la tradición tabacalera.

El 76 por ciento de esta fuerza laboral posee nivel medio superior o superior. El 37,28 por ciento de la fuerza laboral está formado por mujeres.

En 1965 tuve la oportunidad de realizar mi primera visita a San Juan y Martínez*, durante un fin de semana, gracias al convite de uno de mis compañeros de aula en la Universidad de la Habana, nacido en aquella localidad, de la que me hablaba con mucho orgullo, por todo su historial tabacalero. Una de las más gratas sorpresas que recibí fue conocer y poder visitar el legendario Hoyo de Monterrey, una de las vegas más renombradas de la región de Vueltaabajo*, que estaba allí mismo, a la entrada del pueblo.

La celebridad del sitio se remonta al siglo XIX y se debe al inmigrante español

José Gener, quien trabajó en las vegas vueltabajeras desde su adolescencia.

Luego, en la década de 1860, compró la plantación y creó la marca Hoyo de Monterrey, que hoy se mantiene como una de las de mayor prestigio de Cuba.

La plantación de tabaco se encuentra a orillas del río que cruza San Juan y Martínez*. Un portón con gruesas columnas de mampostería sostiene un arco superior en el que se puede leer una inscripción en sus puertas que dice: "Hoyo de Monterrey. José Gener 1860".

Allí, en una especie de valle, se ubica una de las más famosas plantaciones tabacaleras de la región de Vueltabajo*, la meca de los puros de la isla, donde se cosechan hojas destinadas a los mundialmente famosos Habanos.

En medio de los sembrados sobresalen las imponentes casas de curación, como grandes cajones con techos a dos aguas, hechas de madera de palma.

Son los misteriosos almacenes donde se guardan las hojas recién recogidas y ensartadas en unos largos cujes, en varios niveles, que pasarán por el mágico período de curación.

Es como la primera fase de gestación, donde se transforman, adquieren ese auténtico color universal al que le da nombre el tabaco. Allí asumen la textura única, fina, flexible, aterciopelada, que invita a la caricia.

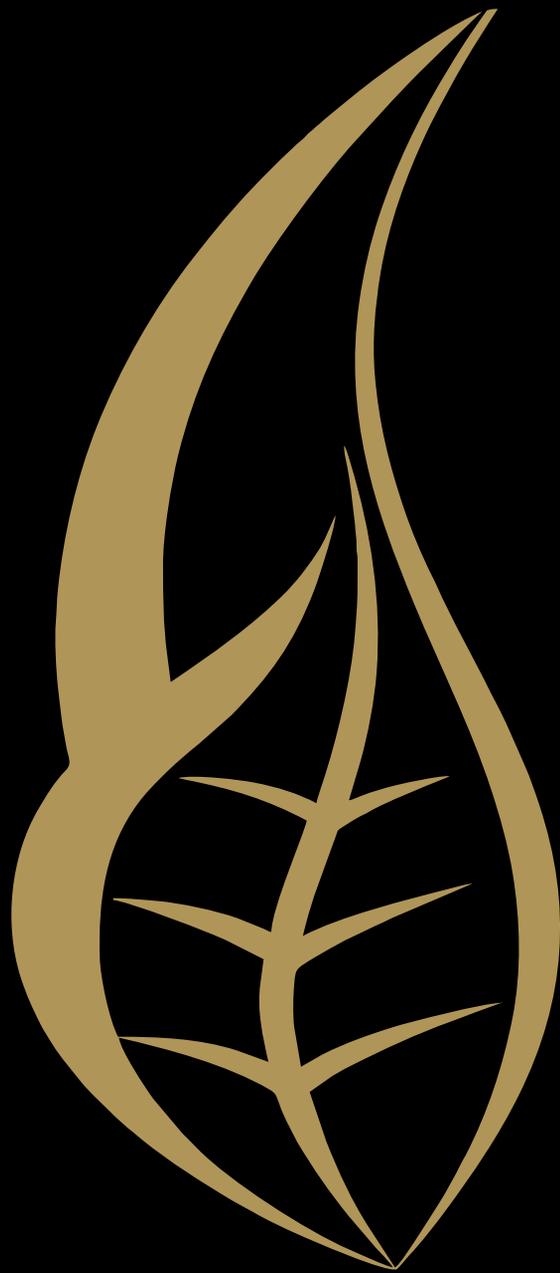
En ese rústico ambiente, en medio del campo, salpicado de majestuosas palmeras que parecen celosas vigilantes de sus noches frías y días soleados, crece el mejor tabaco del mundo.

Varias vegas sanjuaneras de renombre ofrecen actualmente la posibilidad de realizar visitas y conocer de cerca todo el proceso productivo.

Es allí en el ambiente natural único de la vega donde brota la fragancia incitante a aspirar y llenarse con su olor, perfume de rituales ocultos en las tradiciones de los pobladores encontrados por Cristóbal Colón al toparse con la isla que llamaban Cohiba. 🌿

***Denominaciones de Origen Protegidas (D.O.P)**





FESTIVAL DEL HABANO

MOMENTOS INOLVIDABLES DE LOS FESTIVALES DEL HABANO

TEXTO JORGE COROMINA
FOTOS ARCHIVO EXCELENCIAS / CORTESÍA DE HABANOS, S.A.

El Festival del Habano, que se celebra anualmente en La Habana, Cuba, es mucho más que un evento; es una cita obligada para los amantes del mejor tabaco del mundo, de la cultura detrás de su cosecha y elaboración, y del lujo de los productos Premium.

Desde su creación en 1999, el festival ha crecido hasta convertirse en el principal escaparate mundial de los habanos cubanos, un producto emblemático que encarna la tradición, la destreza artesanal y la riqueza cultural de la isla.

Durante una semana, los asistentes tienen la oportunidad de sumergirse en un universo único donde el aroma del tabaco se mezcla con la música cubana, los sabores de su gastronomía y la elegancia de celebraciones exclusivas.

A lo largo de los años, este evento ha sido testigo de momentos inolvidables que han dejado huella en la historia de los habanos y en la memoria de los participantes. Cada edición reúne a aficionados, expertos, empresarios,

celebridades y personalidades de renombre mundial, todos unidos por su pasión por los habanos.

Desde la conmemoración de aniversarios de marcas legendarias, como Cohiba y Montecristo, hasta el lanzamiento de ediciones limitadas que han redefinido los estándares del mercado, el Festival del Habano es una ventana al pasado, presente y futuro de este arte milenario.

Además de ser un evento dedicado al disfrute y la degustación, el Festival del Habano también tiene un propósito cultural y solidario. Sus actividades, que

incluyen visitas a plantaciones, recorridos por fábricas y la icónica subasta de humidores, un cierre del oro en cada edición que generan fondos destinados al sistema de salud pública de la isla.

Revisemos algunas de las ediciones más memorables del Festival del Habano, compiladas en un breve espacio que se antoja ideal para recordar momentos clave, celebraciones de aniversarios icónicos, lanzamientos que marcaron un antes y un después, y a las figuras internacionales que han aportado glamour y notoriedad al evento.

Desde la conmemoración de aniversarios de marcas legendarias, como Cohiba y Montecristo, hasta el lanzamiento de ediciones limitadas, el Festival del Habano es una ventana al pasado, presente y futuro de este arte milenario



LA PRIMERA EDICIÓN (1999) EL INICIO DE UNA TRADICIÓN

La edición inaugural del Festival del Habano, celebrada en 1999, marcó el inicio de una tradición que, con el tiempo, se consolidaría como uno de los eventos más importantes en el mundo del tabaco. Aunque fue un evento más modesto en comparación con las ediciones posteriores, su impacto fue significativo al sentar las bases para lo que sería una celebración anual que atraería a miles de aficionados y expertos del sector del habano. Durante esta primera edición, la organización se centró en destacar las marcas más icónicas de la industria, entre ellas Cohiba y Montecristo, que ya contaban con una reputación mundial y fueron las grandes protagonistas de la cita.

Además de las marcas Cohiba y Montecristo, en esta primera edición también se rindió homenaje a la cultura tabacalera



cubana, un aspecto fundamental del evento que perduraría en las ediciones siguientes. Los asistentes tuvieron la oportunidad de profundizar en el arte de la elaboración de puros, desde el cultivo del tabaco hasta el proceso de torcido, lo que permitió una comprensión más profunda de la tradición artesanal que respalda la producción de los habanos.

EL 35 ANIVERSARIO DE COHIBA (2002)

El año 2002 fue especialmente significativo para el Festival del Habano, ya que coincidió con la celebración del 35to. aniversario de Cohiba, una de las marcas más emblemáticas de Cuba. Esta edición del festival se destacó por ser un homenaje a la rica tradición de la marca y su impacto en la cultura del habano a nivel global.

Durante este evento, Cohiba presentó uno de sus lanzamientos más esperados: el Cohiba Siglo VI. Este nuevo formato, que rápidamente se consolidó como uno de los más populares y reconocidos de la marca, dejó una huella imborrable en la historia del festival, atrayendo la atención de aficionados y expertos de todo el mundo.

El lanzamiento del Cohiba Siglo VI no solo marcó un hito en la historia del festival, sino que también consolidó aún más el estatus de Cohiba como el máximo referente de los habanos de lujo. Su popularidad se disparó rápidamente debido a su sabor refinado y a su complejidad aromática, que conquistó tanto a los coleccionistas más exigentes como a los fumadores casuales. Este habano se convirtió en un símbolo de la calidad excepcional de este producto cubano único.

Además del lanzamiento del Cohiba Siglo VI, la edición de 2002 continuó con la tradición del festival de ofrecer una experiencia completa a los asistentes, quienes pudieron disfrutar de conferencias, catas, y eventos de maridaje, centrados en la excelencia de los habanos cubanos.



LA SUBASTA DEL SOMBRERO DE COMPAY SEGUNDO (2003)

La edición de 2003 del Festival del Habano se destacó por un momento memorable que quedaría grabado en la historia del evento: la subasta del sombrero de Compay Segundo, uno de los músicos más emblemáticos de Cuba y miembro esencial de la famosa banda Buena Vista Social Club.

El sombrero, un elemento distintivo de la imagen del músico, se convirtió en

una pieza muy codiciada que se subastó durante el evento, atrayendo la atención de los asistentes y destacando el festival como un espacio único para la subasta de objetos de valor cultural.

La venta de este icónico sombrero no solo fue un acto de coleccionismo, sino una forma de rendir homenaje a la figura de Compay Segundo y a su legado en la música y la cultura de la isla.





HOMENAJE A ROMEO Y JULIETA EN SU 130 ANIVERSARIO (2005)

En el marco del VII Festival del Habano, celebrado en 2005, se rindió un homenaje especial a la marca Romeo y Julieta con motivo de su aniversario 130. Esta icónica marca, que toma su nombre de la célebre obra de

William Shakespeare, ha sido un referente del mundo del tabaco Premium gracias a su calidad excepcional y a su estilo romántico y sofisticado. Durante el evento, se destacó la evolución de Romeo y Julieta desde su creación en 1875, resaltando

su trayectoria como una de las marcas más reconocidas y apreciadas dentro del portafolio de Habanos, S.A.

El homenaje incluyó una velada temática en la que se recreó el espíritu literario y romántico de la marca. Los asistentes disfrutaron de una ambientación inspirada en Verona, Italia, la ciudad donde se desarrolla la famosa tragedia. Además, se presentó una edición especial de Romeo y Julieta, diseñada exclusivamente para la ocasión. Este lanzamiento se convirtió en una pieza de colección para los aficionados y coleccionistas de habanos de todo el mundo.

El evento también contó con una serie de actividades culturales y degustaciones que permitieron explorar las notas complejas y el equilibrio que caracterizan a los Habanos Romeo y Julieta.



La edición de 2009 del Festival del Habano marcó un hito en materia de nuevas actividades y lanzamientos exclusivos. Pero buena parte de los titulares los acapararon las celebridades que aportaron un toque de glamour al evento. Entre los asistentes estuvieron la supermodelo Naomi Campbell, la empresaria Paris Hilton, y el actor británico Joseph Fiennes. Su participación atrajo la

CELEBRIDADES EN EL FESTIVAL (2009)

atención mediática global, destacando al festival como un evento de élite que trasciende las fronteras de Cuba para posicionarse como un referente cultural y social en el ámbito internacional.

Naomi Campbell, conocida por su afinidad con los productos de lujo y su conexión con la cultura cubana, se mostró entusiasta durante las actividades del festival. Participó activamente en la cena de gala, un evento clave que cierra cada edición.

Por su parte, Joseph Fiennes, reconocido por su papel en películas como Shakespeare in Love, disfrutó de la oportunidad de explorar el proceso de creación de los habanos, desde las plantaciones de tabaco hasta las fábricas donde los torcedores transforman las hojas en verdaderas obras maestras.



Su participación subrayó la capacidad del festival para atraer a celebridades que valoran no solo el lujo del producto final, sino también la dedicación artesanal y la rica historia cultural detrás de cada habano. La combinación de estas figuras mediáticas con la esencia del festival convirtió a la edición de 2009 en una de las más recordadas y comentadas hasta la fecha.

50 AÑOS DE COHIBA (2016) CELEBRACIÓN DORADA



El año 2016 fue uno de los más significativos en la historia del Festival del Habano, ya que marcó el 50mo. aniversario de Cohiba, la marca insignia de Cuba y un referente mundial de la industria del habano. Para conmemorar esta fecha histórica, el festival organizó una serie de eventos espectaculares que atrajeron la atención de aficionados, coleccionistas y expertos del tabaco de todo el mundo.

Uno de los momentos más destacados fue la presentación del Cohiba Medio Siglo,

una edición especial, exclusiva para celebrar los 50 años de la marca. Este Habano, de un sabor excepcional y una complejidad única, fue recibido con gran entusiasmo y rápidamente se consolidó como una de las ediciones más codiciadas en la historia de Cohiba.

El lanzamiento del Cohiba Medio Siglo celebró la longevidad y prestigio de la marca y consolidó la posición de Cohiba como un símbolo de lujo y excelencia en la industria del Habano. A lo largo del festival, los asistentes degustaron productos de élite en catas exclusivas y presentaciones especiales de esta edición limitada.

Pero el lanzamiento de Cohiba Medio Siglo no fue el único toque sobresaliente. La subasta de humidores exclusivos, cuyos precios alcanzaron cifras récord, fueron un derroche de elegancia en el que se mostraron obras de arte únicas.



TRIBUTO A MONTECRISTO Y EL LIENZO DE EUSEBIO LEAL (2019)

La edición del Festival del Habano de 2019 fue especialmente significativa. Se celebraban los 85 años de Montecristo, una de las marcas más queridas y respetadas por los aficionados al habano. Para conmemorar este importante aniversario, el evento rindió homenaje a la historia de Montecristo, que ha sido sinónimo de calidad y sabor excepcional desde su fundación.

Durante el festival, se presentó la Línea Montecristo Double Edmundo, un habano que combinó la rica tradición de la marca con una innovación que atrajo tanto a los

fumadores experimentados como a los nuevos aficionados. Esta edición especial destacó por su sabor equilibrado y su complejidad, consolidando aún más la posición de Montecristo como una de las marcas más emblemáticas de la industria.

En el Festival del Habano de 2009, se presentó un lienzo del reconocido historiador cubano Eusebio Leal Spengler titulado "El alma de la ciudad". El lienzo fue una pieza única que retrataba la rica historia arquitectónica y espiritual de La Habana, ciudad inseparable del legado de los Habanos.





A la izquierda, Robinson Tamayo, y a la derecha, Gustavo Leite, ambos copresidentes de Brascuba Cigarrillos S.A.

BRASCUBA CIGARRILLOS S.A., HACIA MAYORES RETOS EN SUS 30 AÑOS

La 25 edición del Festival del Habano figura espacio ideal para acercar a clientes y conocedores del universo de los puros, a las motivaciones que posee la empresa mixta Brascuba Cigarrillos S.A., próxima a celebrar tres décadas de creada.

Mirar atrás para el colectivo de la empresa mixta Brascuba Cigarrillos S.A., al cabo de tres décadas, es reencontrarse un camino labrado de éxitos y aprendizajes en el difícil arte del mercado, la industria y la competencia. Repasar cuanto se ha alcanzado desde aquel lejano 1995, también figura fortaleza para proyectar nuevas rutas y encaminarse hacia mayores desafíos.

En la búsqueda de las motivaciones que impulsan hoy a la compañía mixta a continuar en el liderazgo de la industria nacional de cigarrillos, nos adentramos en el diálogo con Robinson Tamayo González y Gustavo Leite Machado, ambos copresidentes por la parte cubana y brasileña, respectivamente. La valía y fortaleza de la empresa mixta como pionera en esta modalidad de negocio en la nación caribeña, con una presencia permanente en el mercado cubano, introdujo la plática.

“Por el lado de negocio, Brascuba siempre ha sido un ejemplo de empresa en Cuba. Ser una empresa mixta donde se tiene una participación compartida de 50-50 y llegar a 30 años de la manera que nosotros lo hemos logrado, bajo la óptica de negocio es un éxito para la empresa y para el país. Por la parte del mercado cubano, Brascuba siempre ha buscado entregar el mejor producto a través de una adecuada estrategia que ha ubicado al consumidor en su centro durante estos 30 años”, reconoció como éxitos el brasileño Gustavo Leite.

En tanto, el copresidente cubano Robinson Tamayo recordó los años fundacionales de la compañía en la década del 90. En medio de un contexto difícil para el país, donde las fábricas existentes no lograban entregar los volúmenes con calidad óptima para satisfacer el mercado, surgía Brascuba con esa nueva visión de negocio, con su marca insignia Popular. “Ese ha sido uno de nuestros mayores éxitos en 30 años: tener un producto que es reconocido en el mercado doméstico, como un producto de tabaco negro con filtro de excelente calidad, muy demandado y consumido”, destacó el directivo.

Por su parte, Leite Machado razonó sobre dos rutas en la actual estrategia de Brascuba que garantizarán el crecimiento de la compañía y su liderazgo tanto en el mercado interno como en su segmento

premium. La primera se centra en los canales para llegar al consumidor, mientras que la segunda incide en las ofertas. “El primer cambio que hicimos fue enfocarnos en las medianas y pequeñas empresas, que hoy figuran un canal que crece. Y aunque gran parte del volumen esté dirigido al consumidor cubano de cigarrillos negros, nuestra mayor fortaleza, una parte de ese público empieza a cambiar, en especial los consumidores jóvenes, quienes buscan ofertas distintas, más modernas, más suaves. Por eso hoy tenemos un portafolio súper amplio, con surtidos negros de calidad, surtidos suaves, surtidos mentolados que entregan a los consumidores adultos lo que ellos buscan”.

De ahí que el gran reto, apuntó el copresidente brasileño, es “buscar caminos para lograr las divisas que necesitamos para mantener los niveles de producción. Y lo vamos a hacer en el 2025 que va a estar marcado por los 30 años de esta gran familia”. Una proyección compartida también por el copresidente cubano, quien aseguró que Brascuba continuará creciendo y estará presente en cada uno de los segmentos del mercado nacional, con énfasis en el compromiso de entrega a la distribución normada para la cual se destina cerca del 30% de la producción de la empresa.



LA EXPORTACIÓN: PUNTAL PARA EL CRECIMIENTO DE LA COMPAÑÍA.

Con marcas de gran acogida por el consumidor internacional, entre las que se distingue Cohiba Cigarrillos que, bajo la licencia de uso otorgada por la Corporación Habanos, es reconocida tanto marca líder del segmento premium en el país como de la cartera exportable de Brascuba. “La marca Cohiba, como la mejor marca de tabaco premium a nivel mundial y apoyados en esa imagen, en su producto de excelencia, el mejor en cuanto a tabaco torcido en el mundo, nos va a permitir aprovechar esa fortaleza con nuestro cigarrillo”, acentuó al respecto Tamayo González. En torno al rol de Cohiba Cigarrillos en sus versiones Original y Embajador, añadió Leite Machado:

“Tenemos un producto campeón que sumado al cambio del enfoque de los mercados que tenemos, ubicándolo en mercados potenciales con niveles de barreras bajas como el mercado asiático y el mercado latinoamericano, ya estamos en el buen camino”.

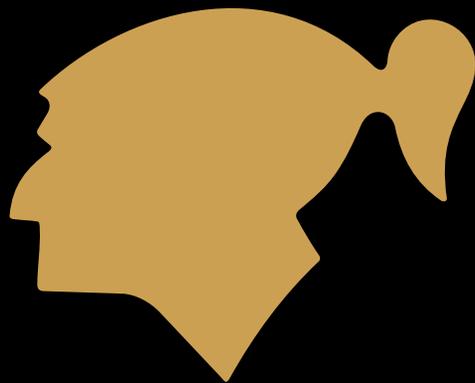
Detrás de cada éxito y etapa de Brascuba Cigarrillos S.A. ha quedado estampado el sello de su gente, de sus cerca de 800 trabajadores, entre profesionales, técnicos, obreros, que han sabido hacer de la fábrica más moderna en la industria del cigarrillo en Cuba, su hogar. Cada generación ha vertido en ella y en su misión social, todo su talento y potencial. Un sentido de pertenencia que para el copresidente brasileño Gustavo Leite, se convierte en herencia: “Los brascubeños nunca se dan por vencidos, jamás. Aunque creas que no hay salida, en el fin de la línea, siempre encuentran un camino. Son esencias que están en la cultura, que están en la sangre del brascubeño, que para mí son motivos de celebración en estos 30 años. Brascuba es una gran familia de personas apasionadas por lo que hacen y con sed de superar sus metas”.

Del orgullo y empeño común que moviliza a su colectivo añadió el copresidente cubano Robinson Tamayo: “Nuestros trabajadores se sienten orgullosos de ser parte de Brascuba y enarbolan esa bandera donde quiera que estén. Esa identidad que tiene el trabajador de Brascuba es además lo que nos hace una empresa fuerte, una empresa sólida. Por eso nos sobran los motivos para celebrar el próximo abril estas tres décadas y nos mantenemos como una empresa joven. Nos mantenemos como una empresa de élite en Cuba, apostando porque los 30 años sean solo una meta para seguir creciendo”.



Crédito:
Brascuba Cigarrillos S.A.

LAS AUTORIDADES SANITARIAS ADVIERTEN: FUMAR DAÑA SU SALUD. MINSAP.



COHIBA BEHIKE

Habana, Cuba

NOMBRES COMO RACSO FERNÁNDEZ ORTEGA, INVESTIGADOR AUXILIAR ICAN, EL PRODUCTOR NELSON RODRÍGUEZ PÉREZ, LA EXPERTA ANA ISEL MEDEROS, Y ARMANDO ARROYO Y JOSÉ MARÍA LÓPEZ INCHAURBE ESTÁN LIGADOS AL NACIMIENTO, DESARROLLO Y FUTURO DE LA LÍNEA BEHIKE, LA MÁS EXCLUSIVA DE HABANOS, S.A. EN EL XXV FESTIVAL DEL HABANO, ESTOS EXPERTOS DELEITARÁN CON SUS CONOCIMIENTOS A LOS ASISTENTES

COHIBA BEHIKE

UN SÍMBOLO DE EXCELENCIA Y TRADICIÓN

POR JORGE COROMINA
FOTOS ARCHIVO EXCELENCIAS / CORTESÍA
DE HABANOS, S.A.

Los Habanos Cohiba Behike son mucho más que simples puros premium; son una obra maestra de la artesanía cubana, un símbolo de prestigio y exclusividad que ha cautivado a aficionados y coleccionistas en todo el mundo. Desde su lanzamiento en 2010, la Línea Behike ha sido sinónimo de innovación, calidad y tradición. Con su ligada única que incorpora las raras hojas de Medio Tiempo, su presentación impecable y su sabor inigualable, los Behike representan la cúspide de la experiencia del Habano.

Nombres como Racso Fernández Ortega, Investigador Auxiliar ICAN, el productor Nelson Rodríguez Pérez, la experta Ana Isel Mederos, y Armando Arroyo y José María López Inchaurre es una figura clave en el mundo de los Habanos. Como Vicepresidente de Desarrollo de Habanos, S.A., ha estado involucrado en la creación y evolución de algunas de las marcas más prestigiosas de la industria, incluyendo la Línea Behike.

En el XXV Festival del Habano, estos expertos deleitarán con sus conocimientos a los asistentes, y conversamos con algunos de ellos para acercarnos a un Habano que es esencia de lujo y belleza.

López Inchaurre destaca que la principal diferencia de la Línea Behike radica en la incorporación de las hojas de Medio Tiempo, provenientes de la región de Vuelta Abajo* en Pinar del Río*, al occidente de Cuba. "Estas hojas, que se encuentran en la parte más alta de la planta, otorgan al tabaco una fortaleza y un aroma únicos debido a su alto contenido de aceites esenciales", explica. Además, resalta la presentación premium de los Behike, con estuches lacados en negro y anillas de alta calidad que incorporan elementos de seguridad únicos.

"El Medio Tiempo es el alma de los Cohiba Behike. Su exclusividad y calidad son incomparables.", nos dijo, para luego agregar que "en Habanos, buscamos siempre sorprender a nuestros consumidores. La incorporación del BHK 58 es un ejemplo de nuestra constante innovación."

El Behike no es solo un nombre; es un legado cultural que conecta el pasado con el presente

López Inchaurre recuerda con especial cariño el proceso de recuperación de las hojas de Medio Tiempo, una práctica que se había perdido con el tiempo. "Fue un esfuerzo monumental, pero valió la pena. Ver la reacción de los aficionados en el XII Festival del Habano fue inolvidable."



Cada Behike es una obra de arte, con un sabor y aroma inigualables

Rasco Fernández Ortega es un investigador especializado en la historia y cultura del tabaco en Cuba. Su trabajo en el Instituto Cubano de Antropología (ICAN) lo ha llevado a profundizar en las raíces culturales y sociales de los Habanos.

Fernández Ortega explica que el término "Behike" proviene de las sociedades aborígenes de las Antillas mayores, donde designaba a un sanador o chamán. "El Behike era una figura central en la comunidad, encargado de comunicarse con las deidades y curar a los enfermos. Fumar tabaco era parte de sus rituales de meditación y purificación."

"El Behike no es solo un nombre; es un legado cultural que conecta el pasado con el presente. Cuando fumas un Behike, estás participando en una tradición que se remonta a siglos atrás", aseguró.

Fernández Ortega comparte una experiencia personal: "Escribir sobre la historia del Behike mientras fumo uno es como viajar en el tiempo. El aroma y el sabor te transportan a un mundo mágico."

"Sutileza. Esa es la palabra que mejor describe al Behike. Su aroma y sabor trascienden el momento, invitándote a una experiencia única", apuntó.

Alain es un aficionado apasionado por los Habanos, con un conocimiento profundo de las marcas y líneas más exclusivas. Su experiencia como coleccionista y degustador lo convierte en una voz autorizada en el mundo del tabaco premium.

Destaca la exclusividad de la Línea Behike, que utiliza hojas de Medio Tiempo disponibles solo en las cinco mejores

vegas de Vuelta Abajo*. "Esto hace que cada Behike sea una obra de arte, con un sabor y aroma inigualables."

"El Behike es único. No hay otro puro en el mundo que pueda compararse. Cada vez que enciendes un Behike, estás participando en una tradición centenaria de excelencia."

"Es una explosión de aromas y sabores, una sucesión continua de gustos y sensaciones que forman una amalgama perfecta. Es belleza y placer en cada bocanada.", subraya.

Los Habanos Cohiba Behike son mucho más que un producto de lujo; son una expresión de la rica historia y cultura tabacalera de Cuba. Desde su ligada única con hojas de Medio Tiempo hasta su presentación impecable y su sabor inigualable, la Línea Behike representa lo mejor de la artesanía cubana. En un mundo donde la exclusividad y la calidad son cada vez más valoradas, los Cohiba Behike siguen siendo un referente indiscutible para los amantes del Habano.

G R U P O



EXCELENCIAS

EXCELENCIAS
Turísticas del Caribe y Las Américas

EXCELENCIAS
Gourmet

EXCELENCIAS
DEL MOTOR

Caribbean
News

arte
POR EXCELENCIAS

EXCELENCIAS
news CUBA

EXCELENCIAS
news PANAMÁ

REVISTAS
EXCELENCIAS

EXCELENCIAS
Travel

FUNDACIÓN
FUCADHU
Desarrollo Humano
para América y el Caribe

GB
GOLDBLACK
investments

MallHabana.com

CARIBE!NSIDER

ESCAPATE
VIRTUAL
COMUNICACIÓN

TÉ CHINOS Y HABANOS

LOS SENTIDOS EN BUSCA DE LA IDENTIDAD

POR ROBERTO ÁLVAREZ PEREIRA
Y KYRA ROMERO TELSO
FOTOS CORTESÍA DE HABANOS, S.A.



**UN MARIDAJE
EXCEPCIONAL
SE PRESENTA
AL COMBINAR
LAPSANG
SOUCHONG CON
EL ROMEO Y
JULIETA WIDE
CHURCHILLS.
JUNTOS,
CREAN UNA
EXPERIENCIA
SENSORIAL
RICA E INTENSA**

El té y los Habanos son dos tradiciones culturales de gran relevancia que han perdurado a lo largo del tiempo, cada una apreciada por su riqueza de sabores y su significado social. El té, y sus diversas familias, son una tradición china con más de 5.000 años de antigüedad, además con un alto consumo en la vida cotidiana actual. El té es la segunda bebida más consumida a nivel mundial después del agua. Tanto en oriente como en occidente es una bebida utilizada en importantes eventos sociales como las ceremonias Gong Fu Cha (China), Chanoyu (Japón) y los British legacies (Inglaterra). Por su parte, los Habanos son reconocidos a nivel mundial por su calidad artesanal y su complejidad aromática, lo que los convierte en un símbolo de lujo y sofisticación. La conexión entre estas dos tradiciones se manifiesta en el arte del maridaje, donde diferentes estilos de té pueden complementar y realzar la experiencia de fumar un Habano. Esta interacción invita a los aficionados a explorar nuevas combinaciones de sabores, fomentando un diálogo cultural que enriquece la apreciación de ambos productos. Al experimentar con estas armonías, los entusiastas no solo descubren nuevas dimensiones en sus rituales de degustación, sino que también celebran la diversidad y la complejidad que caracterizan tanto al té como a los Habanos.

LA ESENCIA DEL SABOR A TRAVÉS DE LA FERMENTACIÓN Y EL ENVEJECIMIENTO

El proceso de fermentación y envejecimiento de los Habanos es fundamental para el desarrollo de su sabor y complejidad. Durante la fermentación, las hojas de tabaco experimentan cambios químicos esenciales que enriquecen su perfil gustativo, permitiendo que surjan matices más refinados y sofisticados. Este proceso, combinado con el cuidadoso envejecimiento, contribuye a ofrecer una



**El aroma
del Lapsang
Souchong
se fusiona
con las notas
del Habano,
generando
un bouquet
cautivador**



experiencia de fumada más completa y placentera. Además, resalta la maestría artesanal involucrada en la producción de estos puros premium. La meticulosa gestión de estos procesos es crucial para alcanzar la calidad y el carácter distintivo que los aficionados valoran en cada Habano, convirtiendo cada fumada en un verdadero deleite sensorial

DIFERENTES ESTILOS DE TÉ

El té es famoso por sus diversas familias, todas derivadas de una misma planta, la Camellia Sinensis. Cada una de estas variedades presenta perfiles de sabor complejos, que reflejan sus distintos procesos productivos. Comprender estas familias no solo enriquece nuestra apreciación del té, sino que también puede mejorar la experiencia de maridarlos con Habanos, al igual que el té, los Habanos enfatizan el sabor y la tradición, creando una sinfonía de matices que deleita los sentidos.

Entre los té más populares se encuentran el Keemun, Yunnan Black Gold,



Golden Monkey y Lapsang Souchong. Estos té presentan perfiles sensoriales maderables, a malta, tostados, ahumados, frutos secos, frutales y florales, que armonizan maravillosamente con los sabores atrevidos de muchos Habanos, especialmente los de la Línea Cohiba Behike.

Varietades como el Keemun y el Yunnan Black Gold, son capaces de resistir los intensos sabores de los Habanos. Las características suaves y aromáticas

Un maridaje excepcional se presenta al combinar el Lapsang Souchong con el Romeo y Julieta Wide Churchills. Este Habano, de fortaleza media, ofrece notas dulces, melosas y especiadas que se entrelazan de manera sublime con el sabor ahumado del Lapsang Souchong

de estos té combinan excelentemente con Habanos que exhiben notas terrosas o especiadas, proporcionando un equilibrio delicioso.

ANATOMÍA DE LA EXPERIENCIA **Lapsang Souchong + Romeo y Julieta Wide Churchills**

Un maridaje excepcional se presenta al combinar el Lapsang Souchong con el Romeo y Julieta Wide Churchills. Este Habano, de fortaleza media, ofrece notas dulces, melosas y especiadas que se entrelazan de manera sublime con el sabor ahumado del Lapsang Souchong. Juntos, crean una experiencia sensorial rica e intensa

Aroma

El aroma ahumado del Lapsang Souchong se fusiona con las notas florales y terrosas del Habano, generando un bouquet cautivador.

Cuerpo

La robustez del Lapsang Souchong contrasta maravillosamente con la suavidad del Wide Churchills, permitiendo que

ambos sabores florezcan en el paladar de manera equilibrada.

POTENCIANDO LA EXPERIENCIA **Puentes Armónicos**

Para elevar esta experiencia al siguiente nivel, podemos incorporar "puentes armónicos" como el chocolate y los frutos secos. Estos elementos no solo añaden complejidad a la experiencia sensorial, sino que también equilibran las notas más intensas del Habano.

Chocolate

Un chocolate oscuro o semi-amargo puede realzar las notas ahumadas y terrosas del Habano gracias a su contenido en flavonoides, que interaccionan maravillosamente con los compuestos fenólicos del té negro o Pu-erh.

Frutos Secos

Almendras tostadas o nueces aportan un crujido agradable y un perfil graso que suaviza tanto las texturas del puro como del té. La grasa en los frutos secos ayuda a liberar compuestos aromáticos

volátiles, intensificando así la experiencia gustativa.

ATRÉVETE A CREAR

Se anima a los aficionados de Habanos a experimentar con diferentes tipos de té para descubrir sus preferencias personales. Probar cada componente por separado permite comprender sus perfiles individuales antes de intentar combinarlos.

Llevar un diario de degustación puede ser una herramienta valiosa para registrar combinaciones exitosas y promover un enfoque refinado del maridaje. Al combinar cuidadosamente varios estilos de té con Habanos, los aficionados pueden elevar su ritual de fumar, celebrando los intrincados sabores que ambos tienen que ofrecer.

EXPERIENCIA VISTA DESDE LA CIENCIA DE LAS ARMONÍAS

La experiencia del maridaje entre el té y los Habanos puede enriquecerse considerablemente mediante un enfoque científico, que estudia cómo interactúan los sabores en el paladar y cómo se perciben. Este enfoque se basa en varios principios fundamentales:

1. Interacción de Sabores

La combinación de sabores en el paladar puede resultar en sinergias que amplifican o suavizan las características individuales del té y el Habano. Por ejemplo, un té negro con notas malteadas puede realzar las especias en un Habano robusto, creando una experiencia gustativa más compleja.

2. Textura y Sensación

La textura del té (ya sea ligera o densa) y la del habano (cremoso o seco) influyen considerablemente en la percepción general. Un té suave puede atenuar la intensidad de un Habano complejo, resultando en una experiencia más equilibrada y armoniosa.

3. Temperatura y Aroma

La temperatura a la que se sirve el té afecta la liberación de compuestos aromáticos, lo que influye en cómo se perciben los sabores del Habano. Un té caliente puede intensificar las notas florales, complementando un Habano más ligero

TERRITORIOS DE FORTALEZA SABOR

TÉ VERDE

FORTALEZA MEDIA

Los polifenoles en el té verde pueden realzar las notas herbáceas y refrescantes, complementando la fortaleza del Habano.

TÉ NEGRO

FORTALEZA MEDIA

Los compuestos a malta y azucarados del té negro pueden equilibrar las notas terrosas y especiadas del Habano.

TÉ PUERH

FORTALEZA MEDIA

Los sabores terrosos y envejecidos del Puerh se complementan con los matices complejos de los Habanos añejados, creando una sinergia rica.

TÉ OOLONG

FORTALEZA MEDIA

La complejidad del Oolong, con sus compuestos volátiles, puede resaltar las especias y la riqueza del tabaco.

Estilo de Té Territorio de Sabor de los Habanos Vínculos Moleculares de la armonía

y aportando una dimensión adicional a la experiencia.

4. Efecto Retrogusto

La persistencia de los sabores después de tragar es crucial para la experiencia global. Un buen maridaje debe considerar cómo el retrogusto del té interactúa con el final del Habano, permitiendo que ambos se complementen y prolonguen el placer sensorial.

Al comprender estos principios, los aficionados pueden experimentar un maridaje más consciente y satisfactorio, elevando su ritual tanto del té como del Habano a nuevas alturas sensoriales.

La ciencia detrás de estas interacciones no solo profundiza nuestra apreciación, sino que también abre un mundo de posibilidades para explorar diferentes combinaciones.

UN VIAJE SENSORIAL

El maridaje entre el té chino y los Habanos trasciende la simple degustación, convirtiéndose en un auténtico viaje sensorial que celebra la riqueza de ambas

tradiciones. A través de la exploración de distintos estilos de té, desde los delicados té verdes hasta los robustos té negros, los aficionados y profesionales pueden descubrir combinaciones únicas que realzan los sabores y matices de cada uno.

Esta práctica no solo invita a experimentar y disfrutar, sino que también fomenta un mayor entendimiento cultural. Cada tipo de té tiene su propia historia, su proceso de elaboración y su contexto cultural, lo que enriquece aún más la experiencia del maridaje. Por ejemplo, un té Oolong puede complementar perfectamente la complejidad de un Habano, creando una armonía que invita a reflexionar sobre las raíces de cada tradición.

Al final, el arte del maridaje se convierte en una celebración de la diversidad. Cada taza de té y cada Habano cuentan una historia única, invitando a los aficionados a seguir explorando y disfrutando de estas maravillas sensoriales. Así, cada sesión se convierte en una oportunidad para compartir no solo sabores, sino también historias, cultura y momentos memorables.

PATROCINADORES

XXV FESTIVAL DEL HABANO



AGRADECIMIENTOS

Habanos, S.A. quiere agradecer de manera especial a todos los que brindaron su estimada y valiosa colaboración en las celebración del Festival del Habano

UN MOMENTO MÁGICO



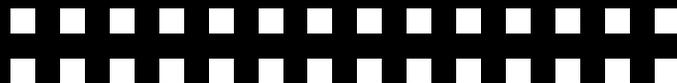
COHIBA
BEHIKE

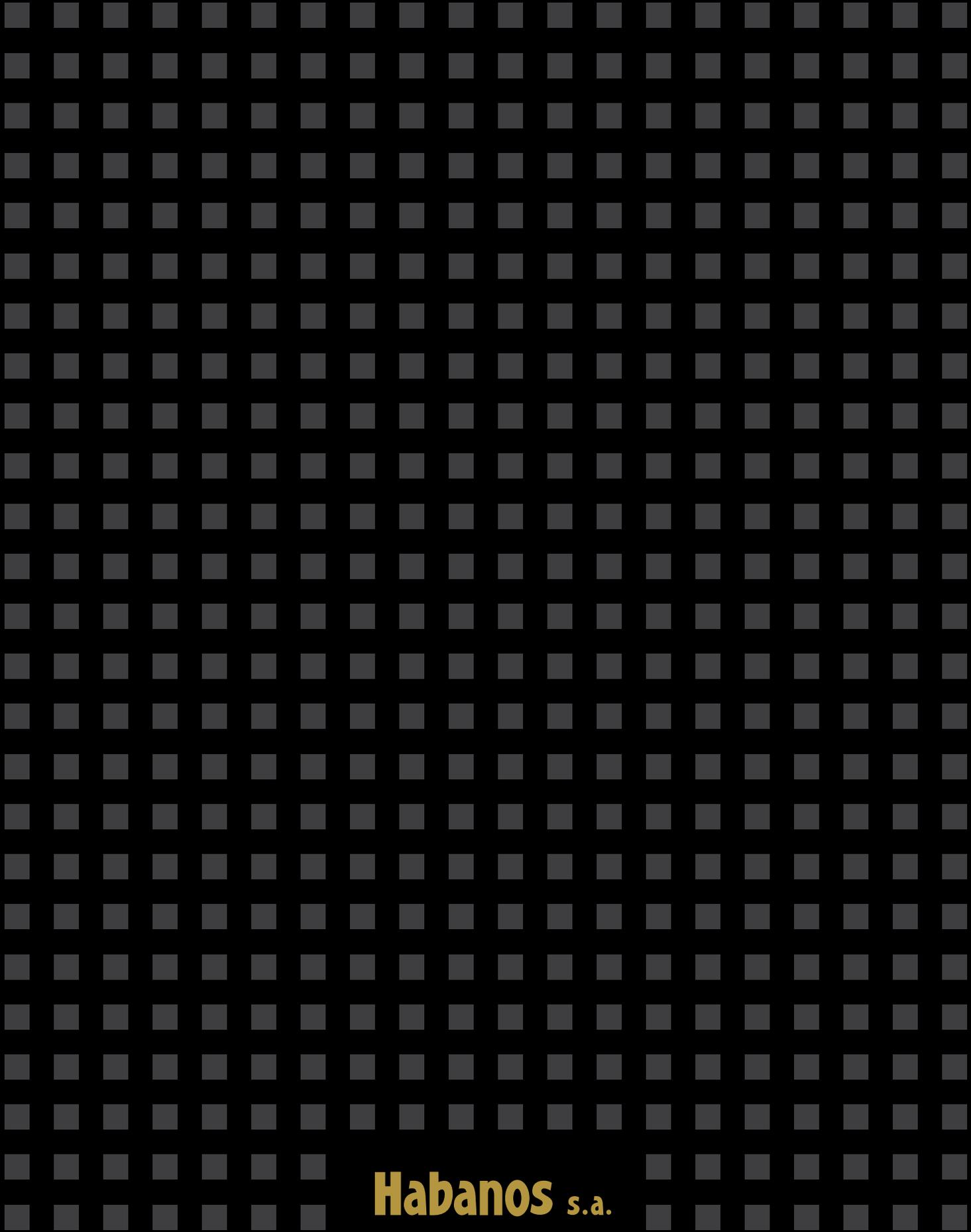
Habana, Cuba

COHIBA BEHIKE CELEBRA SU 15 ANIVERSARIO CON EL LANZAMIENTO DE UNA NUEVA VITOLA: BHK 58. ESTE ACONTECIMIENTO NO SOLO RESLATA EL LEGADO DE LA LINEA SINO QUE TAMBIEN CONFIRMA EL "MOMENTO MAGICO" QUE VIVE A LINEA MÁS PREMIUM DEL PORTAFOLIO DE HABANOS, CONSOLIDANDO SU POSICION COMO UN REFERENTE INIGUALBALE EN EL MUNDO DEL HABANO.



Para conmemorar este lanzamiento en una fecha tan significativa, los aficionados más afortunados que asistan a la Cena de Gala tendrán la oportunidad de adquirir un exclusivo pack conmemorativo 15 aniversario durante el XXV Festival del Habano. Este selecto pack incluirá las cuatro vitolas de la prestigiosa Línea Behike, destacando entre ellas el codiciado Cohiba Behike 58.





Habanos s.a.