

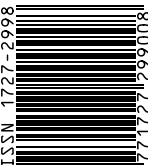
PRISMA

PUBLICACIÓN DE PRENSA LATINA
Prensa Latina Publication

TURISMO SOSTENIBLE, IDENTIDAD Y DIVERSIDAD
Sustainable Tourism, Identity and Diversity

TURISMO SOSTENIBLE Y NUEVAS TECNOLOGÍAS

BIENESTAR, LEGADO Y DESARROLLO



ISSN 1727-2998

9 771727 299008



- 4**
Nota Editorial
- 5**
·EVENTOS·
FIT de Buenos Aires,
30 años al servicio del turismo
- 7**
·DESTINOS·
Del Caribe al Río de la Plata:
Dominicana llega a FIT
- 11**
·NOVEDADES·
 - La certificación ambiental como parte del ADN hotelero cubano
 - Destacan interés por destinos turísticos de Colombia
 - Impulsan a Varadero como destino innovador y resiliente
- 14**
·TECNOLOGÍA·
La IA reconfigura el mapa del turismo en América Latina
- 16**
Trinidad, ícono del turismo sostenible regional
- 18**
Geoparques en América Latina: geología y turismo sostenible
- 20**
El poder del fuego, turismo y volcanes en América Latina
- 22**
Cuba con ofertas que van más allá de sol y playa en FIT de Argentina
- 24**
Turismo deportivo: pasión, infraestructura y nuevas experiencias
- 26**
Inteligencia artificial y plataformas digitales rediseñan el turismo
- 28**
Paraguay, destino de alto crecimiento turístico
- 29**
Sudamérica se prepara para ver los cielos abiertos
- 30**
·SABORES·
Minas Gerais, donde la historia se cocina

16



20



22



26



Nota Editorial

La Agencia Informativa Latinoamericana Prensa Latina S.A. extiende el alcance de su mirada al turismo en el continente, pero lo hace con un referente esencial: la sostenibilidad. Con ese propósito llega una nueva versión de esta publicación.

América Latina posee uno de los patrimonios naturales y culturales más extraordinarios del planeta. Selvas, montañas, costas, volcanes, ríos y una biodiversidad excepcional conviven con ciudades históricas, comunidades indígenas, tradiciones, gastronomías y expresiones culturales. Esta riqueza representa una oportunidad para el turismo, pero también una responsabilidad: preservar cuanto distingue a nuestros territorios y garantizar que su disfrute contribuya al bienestar de quienes los habitan.

El turismo sostenible dejó de ser una tendencia para convertirse en una necesidad y, al mismo tiempo, en una posibilidad de transformación. El desafío consiste en construir destinos capaces de generar empleo, fortalecer las economías locales, proteger los ecosistemas y ofrecer experiencias de calidad. En este proceso, las comunidades deben ocupar un lugar central. El turismo puede ser más enriquecedor cuando sus habitantes participan en la construcción de las experiencias, desarrollan sus propios emprendimientos y reciben una parte justa de los beneficios que genera la actividad.

La conservación también puede transformarse en una herramienta de desarrollo. Los geoparques, las áreas protegidas, las reservas naturales y otros espacios de valor ambiental y geológico demuestran que la protección puede ir de la mano con la educación, la investigación, la cultura y el turismo.

América Latina cuenta con numerosos ejemplos capaces de inspirar nuevas formas de relacionarnos con nuestros destinos. La clave está en comprender que un paisaje, un bosque, un arrecife, una montaña o una tradición cultural no son recursos infinitos: constituyen un patrimonio a legar a las próximas generaciones.

Al mismo tiempo, la innovación y la tecnología abren nuevas posibilidades. La gestión inteligente de los flujos de visitantes, el uso eficiente del agua y la energía, la movilidad sostenible, la reducción de residuos y las herramientas digitales pueden ayudar a construir destinos más resilientes frente al cambio climático. Pero la sostenibilidad también exige transparencia.

Desde nuestras corresponsalías en más de diez países de América Latina queremos contar cómo se vive ese proceso a través de las historias que transforman el turismo en esta parte del planeta. Para nuestros lectores descubrimos destinos, proyectos, comunidades, empresas, emprendedores e iniciativas que buscan nuevas respuestas a los grandes desafíos planteados, en particular para el sector, en estos tiempos de cambios acelerados y trascendentales.

JORGE LEGAÑO
PRESIDENTE

- EVENTOS -



FIT de Buenos Aires, 30 años al servicio del turismo

POR

Martin
Hachoun



*Un puente entre
destinos, viajeros
y negocios
de América Latina*

La Feria Internacional de Turismo de América Latina (FIT) 2026 celebra 30 años cumpliendo el objetivo que se trazaron sus precursores: promover los destinos vacacionales de Argentina y la región.

La FIT en Buenos Aires es hoy el evento turístico más importante de Latinoamérica y el Caribe, y uno de los cinco más destacados del mundo; a lo largo de tres décadas se consolidó como punto de encuentro clave para esta industria en el ámbito nacional e internacional.

Constituye un espacio para la promoción de destinos, el encuentro entre los distintos actores del sector y la generación de

oportunidades de negocios, contribuyendo al desarrollo y posicionamiento del turismo regional.

En su tradicional sede de La Rural, el predio ferial de la barriada porteña de Palermo, la organizan cada año la Federación Argentina de Asociaciones de Empresas de Viajes y Turismo, la Asociación de Agencias de Viajes y Turismo de Buenos Aires y Ferias Argentinas.

En esta ocasión, la de sus 30 años, los organizadores concibieron el mayor evento de los efectuados hasta ahora: más de 350 expositores de 59 naciones, además de provincias argentinas, y con República Dominicana como País Invitado de Honor.



Se prevé la participación de 43 mil 105 profesionales del ámbito turístico, así como 141 mil 296 visitantes acreditados, y la concertación de dos mil 660 citas de negocios.

Sus orígenes

La FIT en Buenos Aires celebró su primera edición en 1996, impulsada básicamente por el sector privado y las asociaciones de agencias de viajes para crear un espacio de encuentro y negocios a nivel regional.

En su primera edición, el evento comenzó con un espacio reducido de apenas 800 metros cuadrados cubiertos por expositores, con la idea de conectar la oferta turística de las provincias



argentinas con operadores internacionales y consolidar un canal directo de comercialización (B2B y público general).

De muestra local a evento global

Con los años, el evento se fue consolidando en La Rural hasta superar hoy los 40 mil metros cuadrados de exposición.

Actualmente, está posicionada como la feria de turismo más importante de América Latina y una de las cinco más destacadas a nivel mundial.

Con el paso de los años, escaló de ser una muestra regional a convocar a decenas de países de todos los continentes, provincias argentinas, aerolíneas, cadenas hoteleras y profesionales. **PI**



Una de las tres cascadas más conocidas y visitadas de Jarabacoa, con unos 18 metros de altura.

Del Caribe al Río de la Plata: Dominicana llega a FIT

POR *Mariela Pérez Valenzuela*

Desde República Dominicana, la mirada está puesta en Buenos Aires. El país presentará la condición de invitado de honor de la Feria Internacional de Turismo (FIT) de América Latina 2026, distinción que llega en un momento de creciente intercambio con el mercado del Cono Sur.

En la trigésima edición de la cita el destino caribeño presenta una propuesta que busca trascender la tradicional imagen de sol y playa e incorporar patrimonio, cultura, gastronomía, naturaleza y aventura.

La participación adquiere especial relevancia por el comportamiento del mercado argentino. Durante el primer trimestre de 2026, 149 mil 735 ciudadanos de ese país viajaron a Quisqueya, equivalentes al 6,6 por ciento de

las llegadas de extranjeros no residentes.

Con ese resultado, Argentina se situó como el tercer principal emisor, detrás de Estados Unidos y Canadá, y como el primero de América del Sur.

El vínculo no comienza con esta convocatoria. El incremento de los desplazamientos se

apoya en una mayor conectividad aérea, facilidades para los viajeros y acuerdos de cooperación, mientras las autoridades y empresarios buscan ampliar las posibilidades de intercambio.

El presidente de la Asociación de Hoteles La Romana-Bayahibe, Andrés Fernández, destacó recientemente a la prensa que,

en determinadas temporadas, los visitantes procedentes de ese mercado representan más del 30 por ciento de la ocupación hotelera en esa zona del este.

La estrategia promocional combina la presencia en encuentros internacionales con el acercamiento a agencias y turoperadores, además de acciones dirigidas a diversificar la imagen del polo turístico.

Una propuesta más allá de las playas

“Es un honor para República Dominicana ser el país invitado de FIT 2026”, afirmó Jennifer Elías Franjul, directora de Mercadeo Turístico del Ministerio de Turismo, durante la presentación del encuentro.

La funcionaria adelantó que la delegación llegará a Buenos Aires con “grandes sorpresas” y una propuesta gastronómica y cultural destinada a mostrar la identidad nacional ante visitantes y profesionales.

La oferta reúne destinos consolidados como Punta Cana, La Romana, Samaná y Puerto Plata con otros espacios de interés, entre ellos Santo Domingo, primera ciudad colonial de América; Santiago, de intensa vida cultural; y las zonas montañosas de Jarabacoa y Constanza.

A esa diversidad se suma el ecoturismo, con parques nacionales, áreas protegidas, cascadas, observación de aves, iniciativas comunitarias y actividades de aventura.

Santiago de los Caballeros, entre montañas y fértiles valles, cuna de tradiciones tabacaleras y musicales.

La observación de ballenas jorobadas en la bahía de Samaná entre enero y marzo, el senderismo y las playas alejadas de los grandes complejos amplían las opciones para quienes buscan experiencias diferentes.

A ello se suman expresiones ampliamente asociadas con la identidad nacional, como el merengue y la bachata, junto a una gastronomía que constituye otro de los atractivos para los visitantes.

Para la delegación dominicana, la convocatoria representa una oportunidad para profundizar una relación comercial que ya muestra resultados.

Elías Franjul resumió el propósito al señalar que la cita permitirá mostrar “lo que es nuestro país a toda América Latina y el mundo que se reúne en la Feria”.

Así, la presencia de la República Dominicana como país invitado de honor en la feria refuerza su apuesta por estrechar los vínculos entre empresarios, operadores, autoridades y viajeros, al tiempo que promueve nuevas oportunidades de intercambio turístico entre el Caribe y el Río de la Plata. **P!**

Barahona, uno de los principales destinos de ecoturismo.

-NOVEDADES-

La certificación ambiental como parte del ADN hotelero cubano

El delegado provincial del Ministerio de Ciencia, Tecnología y Medio Ambiente (Citma) en la provincia de Matanzas, MsC. Oscar Luis García Méndez, garantizó que Varadero mantendrá su gestión ambiental y certificaciones ecológicas a pesar de la eventual salida de operadores turísticos internacionales.

Responde a preocupaciones surgidas sobre el impacto que podría tener la retirada de estas empresas en los estándares ambientales de los hoteles del principal destino de sol y playa de Cuba.

García Méndez enfatizó que la certificación ambiental es parte del ADN hotelero cubano y no depende de ninguna cadena extranjera. Explicó que el

sistema de gestión ambiental en la Península de Hicacos sigue una política de Estado impulsada desde el Citma y que los hoteles han adoptado como buenas prácticas el monitoreo continuo de la calidad del agua, la separación de residuos, el uso de jardinería con especies autóctonas y la reducción del consumo energético.

Estas declaraciones fueron compartidas en sus cuentas oficiales de redes sociales por el titular del Citma, Armando Rodríguez Batista, quien destacó la visión de que esta cultura organizacional se sostiene gracias a capacitaciones periódicos y auditorías internas que garantizan el cumplimiento de la norma

ISO 14001 y los requisitos de la Red Turismo Sostenible.

Apoyó la afirmación de que la gestión de playas, áreas verdes y desechos se realiza con recursos 100 por ciento nacionales, a través de las empresas estatales Gaviota y Gran Caribe, que desempeñan un rol fundamental en ese proceso.

García Méndez detalló, además, que cuadrillas locales se encargan de la limpieza manual y mecánica de las playas sin depender de maquinaria importada; cuentan con viveros propios que suministran plantas resistentes a la salinidad con sistemas de riego diseñados en Cuba, y operan centros de acopio locales para la separación y reciclaje de vidrio, cartón y materia orgánica.

Concluyó el experto asegurando que “si mañana desaparecieran todos los operadores extranjeros, los hoteles seguirían certificándose”, desafiando así los temores sobre un posible retroceso en la gestión ambiental en Varadero, reconocida como uno de los mejores destinos de sol y playa de la región. **P!**

Destacan interés por destinos turísticos de Colombia

El interés de los viajeros internacionales por visitar Colombia exhibe señales halagüeñas, de acuerdo con un informe de la Asociación de Agencias de Viajes y Turismo (Anato).

Según reveló la fuente, solo durante junio último, se registraron siete millones 900 mil búsquedas aéreas hacia destinos del país neogranadino, lo que representó un crecimiento del 11,5 por ciento frente a junio de 2025.

La presidenta ejecutiva de la entidad, Paula Cortés, resaltó

que además de los mercados tradicionalmente relevantes, se evidenció un creciente interés desde diferentes países de la región.

“Costa Rica registró un aumento de 80,4 por ciento en las búsquedas hacia Colombia, seguido de Ecuador, con 70,3 por ciento; México, con 54,3 por ciento; Brasil, con 49,4 por ciento; y Perú, con 43,8 por ciento. España y Francia también presentaron incrementos cercanos a los 19 puntos porcentuales” declaró la funcionaria.

Apuntó asimismo que el comportamiento también se observa en la preferencia de los destinos dentro de los cuales destaca San Andrés, Santa Marta, Cartagena y Barranquilla.

Entre las ciudades con menor volumen de búsquedas, pero con crecimientos sobresalientes, se encuentran Villavicencio, Montería y Riohacha, cada uno con aumentos cercanos al 24 por ciento, ahondó la fuente.

Anato estimó que el interés se traduce en un incremento sostenido en las reservas hacia el país, que alcanzaron dos millones 300 mil para el periodo entre julio y diciembre de 2026, lo que representa un crecimiento del 5,3 por ciento respecto al mismo periodo del año anterior. **PI**



Impulsan a Varadero como destino innovador y resiliente

El Parque Científico Tecnológico de Matanzas (PCTM) acelera la transformación digital del principal polo turístico de Cuba con la próxima apertura, en octubre, de una Oficina de Destino Turístico Inteligente (DTI) dedicada al monitoreo en tiempo real de indicadores de calidad, a la gestión de datos y a la participación ciudadana.

La iniciativa forma parte del proyecto “Varadero: destino turístico inteligente”, que reformula el macroproyecto anterior “Varadero, ciudad digital” y se extenderá hasta 2030 con el objetivo de lograr la certificación internacional bajo las normas de la Red Internacional de Destinos Turísticos Inteligentes.

Oficina Inteligente y plataformas clave

La nueva oficina operará a tiempo completo y tendrá como funciones principales el monitoreo, el seguimiento y el control de procesos turísticos mediante análisis de datos y el uso de herramientas como la Plataforma de Inteligencia Turística (PIT), Pulso y Mi Varadero para evaluar la calidad de los servicios y potenciar la participación popular.

También se dedicará a la capacitación de analistas para operar estas herramientas y garantizar información real, fidedigna y segura.

Según explicó Diego Castilla Cabrera, presidente de la sociedad

mercantil del PCTM: “Mientras más dificultades existan, mayor será la necesidad de dirigirnos a estas herramientas, tan útiles en la gestión eficiente del destino”.

La certificación como meta

El proyecto contempla 28 subproyectos, con énfasis en 18 que están en fase de elaboración, entre los que destacan soluciones de pago móvil, reporte ciudadano de incidencias y ecosistemas de datos integrados.

La estrategia de certificación se desarrolla en colaboración con la entidad española Segittur, que cuenta con permisos de la Unión Europea para acreditar destinos inteligentes.

La meta inicial es cumplir al menos el 20 por ciento de los indicadores, lo que otorgaría a Varadero la primera categoría en el proceso de certificación. Este esfuerzo se alinea con políticas nacionales de informatización de la sociedad cubana y con la Agenda 2030 de desarrollo sostenible, según ha señalado previamente la dirección del PCTM.

Contexto y antecedentes del proyecto

“Varadero, ciudad digital” nació como una de las 19 iniciativas del PCTM, con la visión de integrar soluciones informáticas dispersas en la península de Hicacos y

usar las TIC para mejorar la calidad de vida de residentes y visitantes.

En los últimos meses, el proyecto ha presentado disímiles avances, entre ellos, la aplicación Pulso, que monitorea redes sociales con inteligencia artificial para medir la satisfacción de los visitantes, una app de reporte ciudadano de incidencias en la recogida de desechos y el alumbrado público, además de nuevas soluciones en Transfermóvil orientadas a mejorar la experiencia de los usuarios en el destino.

El presidente del Parque, el ingeniero Castilla Cabrera, presentó recientemente estos desarrollos durante una visita oficial al centro, donde también se mostraron otros proyectos de inteligencia artificial en salud y deporte.

Con la puesta en marcha de la Oficina Inteligente en octubre, el PCTM busca consolidar un modelo de gobernanza basado en datos que permita mejorar la toma de decisiones en turismo y servicios, incrementar la transparencia y la respuesta ante incidencias, y fortalecer la imagen de Varadero como destino innovador y resiliente.

La entidad reitera que la transformación digital es una vía para convertir retos en oportunidades de crecimiento, especialmente en un contexto económico complejo. **PI**



La IA reconfigura el mapa del turismo en América Latina

Según el World Travel and Tourism Council (WTTC), el turismo en Latinoamérica genera más de 300.000 millones de USD anuales y es uno de los sectores con mayor velocidad de adopción de tecnología en la región.



La tecnología, la experiencia y el conocimiento humanos suelen ser muy buenos aliados. En el sector de los viajes y el ocio, por ejemplo, la inteligencia artificial (IA) abre nuevas oportunidades para agilizar procesos y favorecer la atención personalizada al cliente, en un mercado turístico cada vez más digitalizado y competitivo.

La IA está transformando de forma rotunda la rama turística en la región al modificar desde

la manera en que los viajeros buscan y planifican sus vacaciones hasta los procesos internos de agencias, hoteles y operadores. Pero no se trata de reemplazar el valor humano; ahora la tecnología emerge como una herramienta que potencia la asesoría personalizada y la creación de experiencias únicas.

Cambio de paradigma

La IA cambia el cómo buscar, organizar y comercializar viajes,

pero el conocimiento y la experiencia de los especialistas y operadores siguen siendo esenciales para convertir los datos en decisiones y vivencias a la medida.

Hay quienes hablan de un cambio de paradigma. Otros se preguntan si la tecnología reemplazará las funciones tradicionales de las personas o posibilitará que los trabajadores de la industria turística se concentren en tareas de mayor valor.

Y es que para un grupo importante de expertos, la IA debe verse como una aliada que fortifica la labor y no como un reemplazo. “La tecnología redefine la forma de trabajar, pero el valor sigue estando en cómo las agencias la utilizan para resolver mejor las necesidades de sus clientes”, sostienen varios especialistas que reconocen que esa visión se alinea con las tendencias regionales.

Del dato a la experiencia

Uno de los principales aportes de la IA al turismo es su capacidad para analizar grandes volúmenes de información e identificar patrones útiles para la toma de decisiones. Sin embargo, disponer de más datos no garantiza automáticamente mejores decisiones.

Ahí radica el valor diferencial del capital humano: los agentes de viajes interpretan esa información considerando las características particulares de cada cliente, es decir, presupuesto, preferencias, motivo del viaje, experiencias anteriores y expectativas, para convertir datos en soluciones personalizadas.

“El capital humano es clave en la industria turística, ya que brinda contexto, criterio, experiencia y empatía para interpretar toda la información recopilada, convirtiéndola en decisiones que respondan a las necesidades de cada viajero”, sostienen de manera coincidente ejecutivos hoteleros.

Marcando la diferencia

La atención al cliente durante las 24 horas del día se ha

convertido en un estándar esperado por los viajeros. Plataformas como Tina, la primera agente IA del Estado argentino, gestionan el 95 por ciento de las interacciones con turistas internacionales en tiempo real y en múltiples idiomas.

A nivel privado, cadenas hoteleras como Wyndham ya trabajan con herramientas integradas a ChatGPT, Google AI Mode y Claude para modificar la forma en que los viajeros descubren destinos y reservan alojamientos.

La IA se emplea en el turismo para ajustar precios en tiempo real, personalizar las recomendaciones de viaje y prestar atención al usuario de forma automática.

Tendencias que crecen

No existe una cifra única y actualizada que indique qué porcentaje exacto de viajeros latinoamericanos utiliza inteligencia artificial hoy, pero las encuestas globales y regionales permiten estimar la adopción con base en la confianza declarada hacia esa herramienta para planificar unas vacaciones.

La estimación partió de una encuesta de 2022 (Amadeus/Northstar) en la que se preguntó a turistas de todo el mundo en qué medida acudirían a la IA para organizar viajes en 2033.

Los estudios muestran una tendencia clara: un 75 por ciento de los vacacionistas a escala global confiaría en la IA para planificar su alojamiento, el aspecto con mayor disposición de uso.

Se enfatiza que, a nivel internacional, el 54 por ciento de los viajeros ya utiliza IA para decidir sobre sus desplazamientos y el 75 por ciento tiene intención de usarla para futuros movimientos, según un estudio conjunto de Mindtrip, Sabre, Sojern y MMGY Travel Intelligence.

En la región, más del 60 por ciento de los viajeros en mercados clave como México y Brasil ya organizan y reservan actividades mediante apps, el entorno donde prevalecen esas herramientas de IA.

Es decir que al menos 6 de cada 10 viajeros en esos países ya usan aplicaciones digitales donde la IA opera (aunque no todos la identifiquen como tal) para explorar destinos y contratar servicios.

Según estudios más recientes de 2026, siete de cada diez viajeros latinoamericanos (70 por ciento) ya han utilizado herramientas de inteligencia artificial para planificar algún viaje, porcentaje que asciende hasta el 80 por ciento entre las personas de 18 a 34 años.

Esto indica una base alta de turistas digitalizados en los principales destinos de la región, condición necesaria para que las funciones de IA dentro de esas apps sean utilizadas.

Contexto regional

Otras cifras aportadas precisan que Latinoamérica lidera el empuje mundial por la inteligencia artificial en la planificación de viajes, con un 98 por ciento de usuarios entusiasmados y un 89 por ciento que declara entender cómo funciona esa tecnología, según el Informe global sobre la percepción de la IA de Booking.com.

En cuanto a los usos más frecuentes, trascendió que los latinoamericanos emplean la IA principalmente para buscar destinos y la mejor época para visitarlos (41 por ciento), en tanto un 37 por ciento la aplica para obtener recomendaciones de restaurantes y otro 36 por ciento en la búsqueda de experiencias locales o actividades culturales.

Más del 70 por ciento de los vacacionistas decididos a evitar destinos masificados consideran la IA muy útil para ese propósito, y otros, en menor cuantía, la consultan sobre sugerencias de actividades en el destino o en funciones de traducción mientras viajan.

Según el World Travel and Tourism Council (WTTC), el turismo en Latinoamérica genera más de 300.000 millones de USD anuales y es uno de los sectores con mayor velocidad de adopción de tecnología en la región. **PI**

Casos de éxito

Ecuador es referente en IA. Fue el único país de América Latina distinguido en 2025 por implementar un sistema integral de inteligencia turística que combina analítica avanzada, IA y datos abiertos para tomar decisiones, diversificar la oferta y mejorar la competitividad del destino.

Este reconocimiento se dio en el Tourism Innovation Summit (TIS) en Sevilla, consolidando a Quito como referente regional en innovación turística.

El proyecto “Diversificación turística con Big Data e IA: Impulsando experiencias sostenibles y la competitividad nacional”, del Ministerio de Producción, Comercio Exterior e Inversiones y del Viceministerio de Turismo de Ecuador fue reconocido como una de las tres mejores iniciativas internacionales en la categoría “AI & Digital Innovation Excellence” de los “Tourism Awards 2025”.



Argentina: liderazgo empresarial

El turismo representó el 6,8 por ciento del PBI argentino en 2025, y la adopción tecnológica ha sido masiva. El informe OEATUR/FAEVT 2026 reveló que más de ocho de cada diez agencias ya integran IA en sus procesos, desde la atención al cliente hasta la generación de itinerarios y la optimización de precios.



Brasil: entusiasmo del consumidor

El 98 por ciento de los consumidores brasileños manifiesta interés por la evolución de la IA, y el 97 por ciento asegura que la utilizará en sus próximos viajes. El 50 por ciento recurre a herramientas de traducción, el 53 por ciento solicita sugerencias de actividades y el 51 por ciento utiliza sistemas que recomiendan restaurantes.

TRINIDAD, ícono del turismo sostenible regional

POR

Ledys Camacho Casado



La Villa de Trinidad, en el centro de Cuba, es un destino de encantos. Tras más de cinco siglos atesora mansiones coloniales, ademanes culturales muy pintorescos, la creatividad y resiliencia intrínseca de sus pobladores y el paisaje de mar y montaña que la rodea.

La Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (Unesco) la ha seleccionado, junto a otras nueve ciudades para desarrollar el proyecto Fortalecimiento de Capacidades para Comunidades Resilientes a través del Turismo Sostenible y la Salvaguarda del Patrimonio.

La iniciativa, enmarcada en el programa regional "Comunidades por el Patrimonio - América Latina y el Caribe", busca fortalecer la resiliencia de los habitantes de esa ciudad mediante la protección del patrimonio vivo y la creación de oportunidades económicas inclusivas vinculadas al turismo responsable.

En esta ciudad, declarada Patrimonio Mundial junto al Valle de los Ingenios en 1988, la Unesco impulsa esa estrategia con el apoyo financiero del Ministerio de Cultura del Reino de Arabia Saudita.

Capacitar desde lo comunitario

Como parte del programa, una de las primeras acciones desarrolladas fue el taller "Comunidades por el Patrimonio: Salvaguardia del Patrimonio y Turismo Sostenible", realizado en junio de 2025 en el centro histórico de la villa.

El evento reunió a actores locales, incluidos asociaciones culturales, funcionarios de planificación urbana, guías turísticos, estudiantes de la escuela de turismo y autoridades del territorio que exploraron prácticas responsables, marcos normativos y estrategias para integrar la identidad local en las experiencias turísticas.

Los participantes diseñaron itinerarios sostenibles que reflejan los valores y activos culturales de Trinidad y el Valle de los Ingenios.



A través de sesiones de intercambio dirigidas a actores locales abordaron cómo incorporar el patrimonio inmaterial en los procesos de desarrollo urbano. Luego propusieron acciones concretas para avanzar en esa integración.

Anne Lemaistre, directora de la Oficina Regional de la Unesco en La Habana, destacó que el encuentro representó una oportunidad para pensar en el futuro. "Un futuro donde el patrimonio no solo se conserve, sino que inspire nuevas formas de habitar nuestras ciudades, de contar nuestras historias y de construir comunidades más resilientes, creativas y sostenibles".

Acelerador de proyectos

Como continuidad del taller, la Unesco presentó en 2026 el Acelerador de proyectos culturales para un turismo sostenible en Trinidad y el Valle de los Ingenios. Esta convocatoria ofrece a emprendedores locales microfinanciamientos; mentoría especializada y formación; apoyo técnico mediante la provisión de bienes, servicios y soluciones específicas; fortalecimiento de capacidades para integrar cultura, creatividad y turismo responsable, así como generación de ingresos y empleo temporal en torno a iniciativas culturales vinculadas al turismo sostenible, y seguimiento y monitoreo para favorecer una gestión eficiente y la sostenibilidad de los resultados.

Como resultado del proceso, diez proyectos culturales y creativos trinitarios fueron seleccionados para recibir formación y acompañamiento especializado, y de estos, tres contaron con

financiamiento para impulsar sus creaciones.

"Trinidad, el arte de permanecer"

La Unesco también promueve acciones para visibilizar a las personas, conocimientos y tradiciones que mantienen vivo el patrimonio de Trinidad.

En septiembre de 2025, presentó allí la serie documental *Trinidad, el arte de permanecer*, producida en colaboración con la Oficina del Conservador de esa villa fundacional, en alianza con el Festival Internacional del Nuevo Cine Latinoamericano de La Habana. Los audiovisuales muestran oficios, saberes, música, emprendimientos creativos y los paisajes culturales de Trinidad a través de testimonios de portadores, artistas, artesanos y emprendedores culturales.

Para la Unesco, las comunidades y sus actores están en el centro de las políticas y enfoques de gestión y salvaguarda del patrimonio, pues son ellas las que crean, mantienen y transmiten el patrimonio cultural inmaterial de generación en generación. Además, desempeñan un papel fundamental en la gestión y supervisión de los bienes del Patrimonio Mundial, en tanto contribuyen significativamente a mejorar la experiencia de los visitantes.

A propósito, Radelex Cartaya, director de la Oficina del Conservador de la ciudad de Trinidad y el Valle de los Ingenios, subrayó: "La protección del patrimonio cultural no es solo una cuestión de preservar edificios, es también una forma de garantizar que las comunidades locales se beneficien de su legado y puedan utilizarlo como fuente de desarrollo".

De la Villa

Fundada a principios del siglo XVI en honor a la Santísima Trinidad, la ciudad, que pertenece en la actualidad a la provincia de Sancti Spiritus, fue un punto estratégico para la conquista del continente americano.

La arquitectura trinitaria es expresión del florecimiento

económico de los tiempos coloniales. Sus edificios de los siglos XVIII y XIX fueron construidos durante su época de mayor prosperidad gracias al comercio del azúcar.

El conjunto urbano de edificaciones residenciales de Trinidad posee una excepcional continuidad tipológica y homogeneidad en términos de construcción y diseño, con un estilo vernáculo muy peculiar. Los inmuebles de principios del siglo XVIII, aparecen marcados por influencias andaluzas y moriscas y se integran en armonía con modelos más elaborados del siglo XIX que combinan espléndidas formas neoclásicas europeas, superpuestas a patrones espaciales tradicionales.

Además de su arquitectura, gran parte del tejido urbano, incluyendo el sistema irregular de plazas, calles empedradas y otros elementos históricos y urbanos, se ha conservado.

Doce kilómetros al noreste de la villa se encuentra el Valle de los Ingenios, de 225 km². Este museo viviente de la producción azucarera cubana incluye los sitios de 75 antiguos ingenios, casas de plantación, barracones y otras instalaciones relacionadas con la fabricación del dulce grano, y es considerado el testimonio más rico y mejor conservado del proceso agroindustrial azucarero caribeño de los siglos XVIII y XIX, y del fenómeno de la esclavitud asociado a él. **PI**

La villa de Trinidad recibió el título oficial que la acredita como Ciudad Creativa de la Unesco en Artesanía y Artes Populares en 2020. Ese reconocimiento se sumó a su condición de Patrimonio Cultural de la Humanidad (1988) y de Ciudad Artesanal del Mundo (2018).



Geoparques en América Latina: geología y turismo sostenible

Donde la Tierra cuenta su historia y las comunidades aprenden a compartirla

Araripe, Brasil.

POR
Daily
Pérez
Guillén

El continente latinoamericano atesora uno de los patrimonios geológicos y naturales más diversos del planeta, desde volcanes y cordilleras hasta cañones, cuevas, formaciones rocosas y paisajes moldeados durante millones de años. En este escenario, los Geoparques Mundiales de la Unesco devienen espacios donde la conservación, la educación y el turismo se articulan para avanzar hacia la meta de la sostenibilidad.

El concepto de geoparque se presentó por primera vez en 1991 en la Convención de Digne con la intención de proteger el patrimonio geológico y promover el desarrollo local sostenible a través de una red mundial de territorios con un importante valor geológico. Nueves años después, representantes de cuatro territorios europeos se reunieron para analizar el desarrollo económico

regional a través de la protección del patrimonio geológico y el fomento del geoturismo.

La Red Global de Geoparques (GGN) fue creada en 2004 y, desde 2015, la UNESCO otorga la designación de Geoparque Mundial como una “marca” que reconoce un territorio con un patrimonio geológico de importancia internacional que, además de proteger sus valores naturales, promueve la educación, la investigación y el desarrollo sostenible de las comunidades que lo habitan. La filosofía del programa parte de una visión amplia: la geología se conecta con la biodiversidad, la historia, la gastronomía, las tradiciones y las formas de vida locales.

En la región, el organismo internacional ha reconocido con esa categoría a áreas en Brasil, Chile, Ecuador, México, Nicaragua, Perú y Uruguay. Cuba, en el

Caribe, podría ser próximamente el primero en esa área en contar con un Geoparque Mundial de declararse el Valle de Viñales como tal.

Más que destinos para contemplar paisajes, estos territorios ofrecen oportunidades para desarrollar un turismo vinculado al conocimiento y a las comunidades: el geoturismo, modalidad que se distingue por recorridos a través de senderos, volcanes, formaciones rocosas, cuevas y otros sitios de interés mientras se comprende la historia geológica que dio origen a esos paisajes.

En Brasil, por ejemplo, el Geoparque Mundial de la UNESCO Araripe resguarda un vasto y rico patrimonio fósil del Cretácico Inferior, que registra el nacimiento del Océano Atlántico cuando se dividió el ancestral Gondwana. Desde allí se ha trabajado para dar a conocer esta geología



Comarca Minera, México.



Tungurahua, Ecuador.



Kütralkura, Chile

Colca
y Volcanes
de Andagua,
Perú.



como patrimonio común de la vida en la Tierra, y, también, para compartir los beneficios con las comunidades locales, celebrando su cultura y desarrollando un mercado turístico local que valoriza aún más el patrimonio geológico del territorio.

Ascendiendo el continente, el Geoparque Napo Sumaco, en Ecuador, se extiende en la transición entre los Andes y la Amazonía y conserva una historia geológica de más de 170 millones de años. El territorio combina patrimonio geológico, biodiversidad y conocimientos de comunidades indígenas kichwas.

El modelo también puede generar nuevas oportunidades económicas para las poblaciones locales. La UNESCO señala experiencias en las que restaurantes, operadores turísticos, artesanos, productores y otros emprendimientos comunitarios incorporan el patrimonio del territorio a sus productos y servicios. En Tungurahua, por ejemplo, iniciativas gastronómicas y turísticas vinculadas con la identidad volcánica involucran directamente a residentes y productores de la zona.

Esta relación entre conservación y economía local resulta muy significativa para América Latina, donde numerosos territorios rurales poseen atractivos naturales extraordinarios, pero necesitan diversificar sus fuentes de ingresos y fortalecer sus capacidades turísticas.

En ese sentido, los geoparques representan una manera

LISTA DE GEOPARQUES MUNDIALES EN AMÉRICA LATINA

Actualmente, existen 241 geoparques en 51 países. Del total, 16 se ubican en esta zona del planeta.

BRASIL

- Geoparque Mundial UNESCO de Araripe
- Geoparque Mundial de la UNESCO Caçapava
- Geoparque Mundial de la UNESCO Quarta Colônia
- Geoparque Mundial UNESCO de Seridó
- Senderos de los Cañones del Sur Geoparque Mundial de la UNESCO
- Geoparque Mundial de la UNESCO de Uberaba

CHILE

- Kütralkura Geoparque Mundial de la UNESCO

ECUADOR

- Geoparque Mundial de la UNESCO de Imbabura
- Napo Sumaco Geoparque Mundial de la UNESCO
- Volcán Tungurahua Geoparque Mundial de la UNESCO

MÉXICO

- Comarca Minera, Hidalgo UGGp
- Mixteca Alta, Oaxaca UGGp

NICARAGUA

- Geoparque Mundial de la UNESCO Río Coco

PERÚ

- Colca y Volcanes de Andagua Geoparque Mundial de la UNESCO

URUGUAY

- Grutas del Palacio Geoparque Mundial de la UNESCO
- Manantiales Serranos Geoparque Mundial de la UNESCO

diferente de entender el turismo, pues visitar un sitio de interés geológico incluye también comprenderlo, protegerlo y conectar con las comunidades que le dan vida. Tal como precisa la UNESCO, la meta última de un geoparque es “reconectar a la sociedad humana con la Tierra” y celebrar cómo esta ha modelado la vida y las sociedades. **PI**

El poder del fuego, turismo y volcanes en América Latina

POR Roberto F. Campos

El poder del fuego tiene hoy una nueva arista con la influencia de los volcanes en el turismo mundial, una tendencia sobresaliente en los más relevantes informes de viajes.

Desde tiempos inmemoriales, los volcanes fascinaron y aterrorizaron a la humanidad. En 2026, estas majestuosas fuerzas de la naturaleza se convirtieron en uno de los motores turísticos más singulares y en crecimiento del planeta. El turismo volcánico, una vez reservado para científicos y aventureros intrépidos, atrae ahora a millones de viajeros que buscan experiencias únicas, paisajes sobrecogedores y la oportunidad de estar cara a cara con el corazón ardiente de la Tierra.

El auge del turismo volcánico en América Latina

El turismo relacionado con volcanes experimenta un crecimiento espectacular en la última década. Según datos de ONU Turismo, el número de viajeros que visitan destinos volcánicos aumentó un 45 por ciento de 2020 a 2026, con más de 12 millones de personas realizando excursiones a volcanes activos o inactivos en todo el mundo cada año. La Sociedad Internacional de Vulcanología estima que el turismo volcánico genera más de 18 mil millones de dólares anuales en ingresos directos e indirectos.

América Latina capta una porción creciente de ese mercado, con Ecuador, Costa Rica,

Chile, Colombia, Guatemala y El Salvador consolidándose como destinos de primer orden. Algunos volcanes de la región se convirtieron en auténticos iconos turísticos, atrayendo a millones de visitantes y generando economías enteras a su alrededor.

■ **Ecuador y la Avenida de los Volcanes:** Una ruta que atraviesa la cordillera andina, flanqueada por volcanes como el Cotopaxi, el Chimborazo y el Tungurahua. El Parque Nacional Cotopaxi, con su imponente volcán activo de cinco mil 897 metros, atrae a excursionistas y escaladores de todo el mundo.

■ **Costa Rica, líder en ecoturismo volcánico:** El Parque Nacional Volcán Arenal recibe más de un millón de visitantes al año. El Volcán Poás, con su cráter activo y su laguna ácida, y el Volcán Irazú complementan la oferta.

■ **Chile y sus experiencias extremas:** En la Región de la Araucanía, el Volcán Villarica, con su lago de lava visible desde el cráter, atrae a miles de excursionistas. La combinación de volcanes, lagos y bosques nativos convierte a esta región en un destino de aventura único.

■ **Colombia y el Nevado del Ruiz:** Con sus cinco mil 320 metros, domina el horizonte desde el Eje Cafetero. El Parque Nacional Natural Los Nevados ofrece senderos regulados para observar fumarolas y ecosistemas de páramo.

■ **Guatemala y El Salvador:** El Pacaya ofrece espectáculos nocturnos cuando la lava ilumina el cielo, mientras que el volcán de Santa Ana permite ascender hasta su cráter con laguna verde esmeralda.

■ **El Caribe volcánico:** En Santa Lucía, los Pitons de Soufrière –Patrimonio de la Humanidad– se elevan desde el mar y sus aguas termales de azufre constituyen el único volcán accesible en coche en la región. En Saba, el monte Scenery se corona tras subir más de mil escalones entre selva y niebla, y en San Eustaquio, el volcán The Quill esconde un bosque tropical dentro de su cráter.

Destinos como Islandia, Italia, Japón e Indonesia mantienen su atractivo global, pero es América Latina la región de mayor crecimiento en turismo volcánico, gracias a su biodiversidad, su riqueza geológica y la creciente inversión en infraestructura sostenible.

La fascinación histórica

La historia de los volcanes está marcada por eventos que cambiaron el rumbo de la civilización. En América Latina, la erupción del Nevado del Ruiz en Colombia, en 1985, provocó la tragedia de Armero, con más de 23 mil víctimas, y se convirtió en un punto de inflexión para la gestión del riesgo volcánico en la región. En México, la erupción del volcán El Chichón en 1982 sorprendió a la comunidad científica, mientras que, en Guatemala, el volcán Santa María dejó una huella imborrable en 1902.

A nivel global, erupciones como la del Krakatoa en 1883 y la del Monte Tambora en 1815 también marcaron la historia, pero en América Latina la memoria volcánica está íntimamente ligada a la vida cotidiana de millones de personas que habitan cerca de estos gigantes. Museos, centros de interpretación y rutas guiadas permiten a los visitantes comprender la fuerza de la naturaleza y la resiliencia de las comunidades.

Tendencias y desafíos

El turismo volcánico enfrenta desafíos y oportunidades en 2026. La sostenibilidad se convirtió en la principal preocupación.

La tecnología también transforma la experiencia. La realidad virtual permite "visitar" volcanes activos sin riesgos, mientras que las aplicaciones móviles ofrecen información en tiempo real sobre la actividad volcánica. El cambio climático

afecta igualmente al turismo volcánico: el derretimiento de glaciares en volcanes como el Cotopaxi altera los paisajes y crea nuevos riesgos geológicos. Las autoridades desarrollan sistemas de alerta temprana y protocolos de evacuación para garantizar la seguridad.

El turismo volcánico en 2026 representa más que una simple atracción turística. Es una ventana al corazón dinámico de

nuestro planeta y una lección sobre la fragilidad de la civilización frente a la naturaleza. Como señala la Unesco, muchos volcanes son Patrimonio de la Humanidad y su conservación es esencial para las generaciones futuras. Los volcanes de América Latina seguirán atrayendo a viajeros de todo el mundo, ofreciendo experiencias que combinan el asombro, el conocimiento y la aventura. **P!**

VOLCANES DE RUTAS (AMÉRICA LATINA-CARIBE)

El turismo volcánico se consolida como una de las rutas más buscadas por los viajeros a América Latina y el Caribe. Lejos de ser un simple mirador, estas rutas atraen por la aventura y la eterna curiosidad del hombre por los fenómenos extremos de la naturaleza.

○ **ECUADOR:** La Avenida de los Volcanes se extiende por 200 kilómetros entre las cordilleras Oriental y Occidental, abarcando hasta 14 volcanes. La Prefectura de Pichincha anunció una inversión de 10 millones de dólares para mejorar más de 22 kilómetros de la Ruta de los Volcanes.

○ **COLOMBIA:** El Nevado del Ruiz domina el horizonte desde el Eje Cafetero, con senderos regulados que permiten observar fumarolas y ecosistemas de páramo.

○ **CHILE:** La región de Pucón es destino obligado para el trekking volcánico. Rutas como la de los cráteres parásitos permiten recorrer paisajes modelados por la lava.

○ **GUATEMALA Y EL SALVADOR:** El Pacaya ofrece espectáculos nocturnos, y el volcán de Santa Ana permite ascender hasta su cráter con laguna verde esmeralda.

○ **EL CARIBE:** Los Pitons de Soufrière, el monte Liamuiga en San Cristóbal, el monte Scenery en Saba y The Quill en San Eustaquio completan la oferta regional.

Estas rutas representan una oportunidad económica para las comunidades locales, que encuentran en el turismo volcánico una fuente de ingresos compatible con la conservación de estos ecosistemas únicos.

Cuba con ofertas que van más allá de sol y playa en FIT de Argentina

Tabaco, Fangio, música, patrimonio, diversidad, incentivos, congresos y bodas son ofertas que presenta Cuba en la XXX Feria Internacional de Turismo de Argentina, FIT América Latina 2026, más allá de su tradicional producto de sol y playa.

POR *Oliver Martín*



Estuvimos pensando en qué puede ofrecer la isla que un viajero no encuentre en ningún otro destino del Caribe para ofertarlo en la FIT", comentó a **Prensa Latina** el consejero cubano de Turismo para el Cono Sur, José Antonio Aguilera.

Ante el desafío que implica volver a activar el turismo hacia Cuba en medio de la intensificada hostilidad del actual gobierno de Estados Unidos, Aguilera concibió una propuesta que busca cambiar la manera de presentar y comercializar la Isla en el mercado argentino.

"Después de tres décadas de presencia ininterrumpida en la feria, Cuba llega a esta edición

aniversario con una mirada renovada: competir no solamente por precio, playa o infraestructura, sino también por autenticidad, identidad y experiencias difíciles de replicar", ahondó el diplomático.

"La apuesta parte de una fortaleza que Cuba considera única: la posibilidad de reunir en un mismo viaje cultura viva, patrimonio, música, gastronomía, ron, tabaco, historia, naturaleza, automovilismo, golf y diversidad", amplió.

A partir de esa idea, la Oficina de Turismo de Cuba para el Cono Sur pretende abrir nuevas oportunidades comerciales para operadores, agencias, DMCs,

organizadores de eventos y profesionales especializados.

Uno de los productos que mencionó busca captar el interés de los turistas en una Ruta Premium del Tabaco en la occidental provincia de Pinar del Río, para acercar al visitante al universo del Habano, sus productores, la cultura campesina y las tradiciones asociadas al cultivo y elaboración del tabaco cubano.

El recorrido puede extenderse hasta el valle de Viñales, declarado Patrimonio Mundial de la Unesco, propuesta que incorpora paisaje, naturaleza y cultura rural a experiencias VIP y programas de incentivo.

"También pretendemos hablarle directamente al imaginario

argentino", agregó el funcionario quien se muestra entusiasmado para el nuevo reto que le impone un evento de alta categoría.

Y en esa dirección propone la oferta "La Habana de Fangio", la cual se basa en recuperar la relación histórica del cinco veces campeón mundial de Fórmula 1 Juan Manuel Fangio con Cuba y la convierte en una experiencia turística a bordo de automóviles clásicos por las calles de La Habana.

Otro objetivo de Aguilera es lograr que Cuba entre en el mapa del turismo MICE, segmento de reuniones, incentivos, conferencias y exhibiciones.

"La nueva estrategia no se limita al turismo tradicional. Cuba busca comenzar a construir un espacio propio en el mercado MICE, incorporando también bodas destino y celebraciones privadas", explicó.

Para lograrlo se refirió a experiencias que resultan únicas como "Havana Executive Jazz Experience", "Havana Salsa Experience" y "Trinidad Creative Incentive", concebidas para combinar música, patrimonio, gastronomía, artesanía y actividades de integración, señaló el consejero.

En ese marco entra la oferta pensada para los grupos corporativos: "Cuba Days + Cuba After Dark con la cual se le brinda al

corporativo "el día para trabajar, reunirse, hacer networking y generar resultados, y la noche para descubrir el jazz, la salsa, el son, la gastronomía y la cultura cubana".

"Lo que queremos lograr es una Cuba diferente para cada viajero".

Cuba ha estado presente en las 30 ediciones de la FIT en Buenos Aires, e incluso fue seleccionada como País Invitado de Honor en 2020, aunque con el brote de la pandemia de la Covid-19 y las restricciones sanitarias globales, ese año el formato presencial se modificó en parte o suspendió en casi su totalidad, no obstante la isla preservó la distinción otorgada. **PI**

TURISMO DEPORTIVO: pasión, infraestructura y nuevas experiencias

POR *Lianet Arias Sosa*

La celebración de una Copa Mundial de Fútbol, un Clásico de Béisbol o un Campeonato de Fórmula 1 desata pasiones e invita a viajar a millones de personas en el planeta.

Los grandes eventos de este tipo poseen una estrecha relación con la denominada industria sin chimeneas, un vínculo resumido en el concepto de "turismo deportivo", que representa actualmente alrededor del 10 por ciento de la venta global del sector.



Así lo dio a conocer la secretaria general de ONU Turismo, Shaikha Al Nowais, durante la realización en México del cuarto Congreso Mundial de Turismo Deportivo, del 7 al 9 de septiembre, en el capitalino Autódromo Hermanos Rodríguez, con la asistencia de 520 representantes de 30 países.

Esta edición, la primera efectuada en el continente americano, incluyó 75 talleres y conferencias para visibilizar el segmento y reflexionar sobre la importancia de continuar reforzando la infraestructura y apostar por la atracción de eventos deportivos.

Tanto para México como para América Latina la modalidad representa una oportunidad de diversificar la actividad turística y supone un potencial enorme, por el entusiasmo hacia diversas disciplinas y la capacidad del país y la región de distinguirse y brindar experiencias locales auténticas.

Acorde con datos oficiales, uno de cada 10 viajeros internacionales que arriba a México lo hace motivado por alguna competencia de este tipo, al tiempo que el segmento concentra 10 por ciento del gasto de los visitantes y registra un crecimiento anual de 28 por ciento.

En el contexto del congreso, la secretaria mexicana de Turismo, Josefina Rodríguez, informó que su nación cerrará este año con 295 eventos deportivos en las 32 entidades federativas, los cuales generarán más de 60 mil habitaciones ocupadas por noche.

Al Nowais hizo énfasis en el verdadero potencial –a su juicio– de este segmento: los beneficios que permanecen después de las competencias, como nuevos negocios, puestos de trabajo, un mejor posicionamiento de los destinos y experiencias para los visitantes. **PI**



Inteligencia artificial y plataformas digitales rediseñan el turismo

POR
Teyuné
Díaz
Díaz

Comparar opciones, reservar viajes, buscar alojamientos o lugares a visitar es la nueva forma en que las personas eligen los destinos turísticos, viajes planificados a través de plataformas digitales y de la inteligencia artificial.

Esa nueva realidad rediseña el sector y, por primera vez, la tecnología decide cuáles lugares ven los viajeros, y cuando la visibilidad pueda comprarse, las grandes marcas la comprarán, alerta un informe de Onu Turismo.

De ahí, que ante esa etapa de transformación de la industria del ocio, el Día Mundial del Turismo 2026 tiene como lema Agenda digital e inteligencia artificial para rediseñar el turismo, y para su celebración se escogió El Salvador, nación cuyo enfoque sobre esa actividad vacacional resalta la visibilidad en las plataformas impulsadas por IA.

Es así que los días 26 y 27 de septiembre, el país recibe a ministros, líderes mundiales y empresarios para debatir sobre los retos del sector y para conocer el territorio que se posicionó en tercer lugar a nivel global del crecimiento turístico en 2026, según los datos de ONU Turismo.

Una expansión que continúa en ascenso, de acuerdo con las cifras nacionales hasta agosto se recibieron 3,2 millones de visitantes internacionales, dato superior a los 2,7 millones en igual periodo del año anterior.

El Salvador

Expertos de la industria consideran al país como la joya de la corona, por una parte la seguridad y por otra, la oportunidad de hacer una diversidad de recorridos en corto tiempo a costos competitivos.



Sol y playa, arqueología, artesanía, recorridos por los volcanes y ciudades patrimoniales, forman parte de los atractivos de El Salvador que al decir de los turistas tiene para todos los gustos cuyas experiencias conectan con la naturaleza, la cultura y la identidad salvadoreña.

Todo parte de una estrategia integral basada en tres elementos fundamentales: la seguridad; el Surf City e infraestructura en la franja costera como destino de surf de clase mundial; y la organización de eventos internacionales.

Pero la estrategia de desarrollo no queda allí, los decisores prestan especial atención a las nuevas transformaciones en el sector impulsadas por el empleo de la IA, y justo hace pocas semanas la nación copresidió el primer Diálogo mundial de las Naciones Unidas sobre la gobernanza de la inteligencia artificial, en Ginebra.

A la par, recientemente, tuvo lugar el evento Transformación Digital e Inteligencia de Mercados, un espacio centrado en acercar a las empresas de la industria sin humo a herramientas que contribuyan a mejorar su productividad y a adaptarse a los cambios en el comportamiento de los viajeros.

Según el directivo de la Cámara Salvadoreña de Turismo, Salvador Villalobos, es necesaria la digitalización de las empresas turísticas, con el objetivo de que hoteles, restaurantes, operadores y otros negocios incorporen herramientas tecnológicas para mejorar su operación y aumentar su competitividad.

El secretario general de la Agencia de Promoción Turística de Centroamérica (CATA), Boris Iraheta, explicó que existen herramientas como los asistentes virtuales de compra, capaces

de recomendar hoteles, paquetes y experiencias según el usuario.

La optimización para motores generativos, que permite aparecer en respuestas elaboradas por IA; los gemelos digitales, utilizados por hoteles para mostrar versiones virtuales de sus instalaciones antes de la reserva.

Sin embargo, advirtió que tales tecnologías deben utilizarse como herramientas de apoyo y no como sustitutos del criterio humano.

Una estrategia bien formulada y la adaptación a las tecnologías actuales por sí solas son insuficientes, hoy El Salvador se encuentra ante el desafío de sostener el ritmo de crecimiento y fortalecer la oferta turística para lograr que su cultura milenaria, naturaleza y gastronomía continúen en el centro de atención de los viajeros. **PI**

Paraguay, destino de alto crecimiento turístico

El país se consolida como destino vacacional tras un año récord, con competitividad, diversidad y proyección internacional.

Paraguay cerró 2025 con 3.657.194 visitantes internacionales y un crecimiento del 91,24 por ciento, liderando el ranking mundial de recuperación turística, según ONU Turismo. De ellos, 2.029.678 fueron turistas y 1.627.516 excursionistas, con un alza del 39 por ciento en este segmento respecto a 2024. “Estos resultados reflejan el impacto de una política turística sostenida, orientada a posicionar al país como un destino competitivo, diverso y atractivo”, señaló la ministra Angie Duarte.

En el primer trimestre, Paraguay ya encabezaba el crecimiento mundial, con un 53 por ciento, superando a Brasil y Chile (48 por ciento) y Vietnam (30 por ciento). Argentina lidera los arribos con 79,98 por ciento, seguida por Brasil (10,14 por ciento) y Estados Unidos (1,09 por ciento). Los ingresos turísticos alcanzaron 1.422 millones de dólares. La ministra celebró el incremento de mercados de larga distancia.

El Camino de los Jesuitas como eje regional

El proyecto del Camino de los Jesuitas en Sudamérica articula 42 sitios declarados Patrimonio Mundial por la UNESCO. Fortalece el principal corredor turístico de América del Sur que comparten Paraguay, Argentina, Brasil, Bolivia, Uruguay y Chile, siguiendo

el itinerario de la Compañía de Jesús en sus misiones y reducciones con pueblos indígenas guaraníes entre los siglos XVII y XVIII.

Para la SENATUR, posiciona a Paraguay como centro de cooperación regional para un desarrollo turístico comunitario y promoción conjunta. En Paraguay, el circuito agrupa poblados de Itapúa: San Ignacio Guazú, Santa María de Fe, Santa Rosa, Santiago, San Cosme y Damián, Encarnación, Santísima Trinidad del Paraná y Jesús de Tavarangue, estos dos últimos Patrimonio de la Humanidad.

En junio de 2025, SENATUR anunció una inversión de 270 millones de guaraníes para poner en valor sitios religiosos en Itapúa. Hoy, el Campeonato Mundial de Rallyes (CMR PY 2025) impulsó los eventos deportivos y culturales. **P!**

Sudamérica se prepara para ver los cielos abiertos

*La firma del ALAS abre una puerta largamente esperada:
un cielo único para conectar una región que aún vuela fragmentada.*

La firma de un memorando para lanzar las bases del Cielo Único Sudamericano marca una nueva etapa en la integración de la aviación regional. Pero un estudio del Consejo Internacional de Aeropuertos de América Latina y el Caribe (ACI-LAC), divulgado en agosto de 2024, revela que la conectividad aérea latinoamericana sigue 42 por ciento por debajo de América del Norte y Europa, y 33 por ciento inferior a la del Sudeste Asiático.

El estudio destaca la escasa presencia de aerolíneas *low-cost*: representan apenas 8,3 por ciento de la capacidad intrarregional, frente a más del 50 por ciento en

Asia y Europa. También señala la baja proporción de vuelos directos (57 por ciento frente a 89 por ciento en Europa), tarifas más altas, trabas regulatorias y capacidad aeroportuaria limitada. Más del 40 por ciento de los pasajeros deben hacer escala, sobre todo en Panamá, Bogotá, Lima, Ciudad de México, São Paulo y Santiago.

En julio de 2026, Argentina, Brasil, Chile y Paraguay suscribieron en Asunción el Acuerdo de Liberalización Aérea Sudamericana (ALAS), que sienta las bases del Cielo Único Sudamericano. Con la adhesión de Bolivia y Uruguay en diciembre de 2025, el acuerdo fortalece la visión de un mercado único aerocomercial regional. **P!**



Minas Gerais, donde la historia se cocina

POR *Diony Sanabia*

Hay lugares donde la historia se contempla en iglesias, plazas y museos; en otros, como en Minas Gerais, Brasil, también puede probarse, pues basta ocupar una mesa y dejar que el aroma del café, el queso y la comida recién hecha quíen el relato.

La cocina minera nació al calor de los fogones de haciendas, aldeas y caminos abiertos durante el ciclo del oro, en el siglo XVIII, cuando el territorio recibió portugueses, africanos esclavizados, indígenas y pobladores de otras regiones.

Entonces, las condiciones de los desplazamientos y del trabajo en el interior favorecieron una gastronomía basada en alimentos accesibles y capaces de conservarse y transportarse, como maíz, mandioca (yuca), frijoles, carne de cerdo y otros productos.

El resultado es una cocina sencilla y, a la vez, extraordinariamente rica en sabores, con el feijão tropeiro como uno de sus emblemas. Elaborado a partir de frijoles, harina de mandioca y otros ingredientes que varían según la región y la receta, el plato está asociado a la tradición de los tropeiros.

Acompañado por *angu* (preparación a base de fubá, agua y sal), el pollo con quimbombó recuerda la fuerte presencia africana en la formación culinaria de Minas Gerais, mientras el tutu de *feijão* (frijol batido) y la vaca atolada expresan la tradición rural del estado.

Sin embargo, el secreto de la mesa minera está también en la



forma de preparar los alimentos: cocción lenta, condimentos equilibrados y productos frescos.

Para el chef e investigador Eduardo Avelar, hablar de una única cocina minera resulta insuficiente, pues existen diversos territorios gastronómicos, determinados por sus paisajes, productos, costumbres y formas particulares de cocinar.

El viajero descubre esa riqueza desde el desayuno, con pan de queso, café y quesos artesanales, incluidos el célebre

Canastra, producido tradicionalmente en la región de la sierra homónima.

Luego llegan costillas, cerdo, pollo, col, ora-pro-nóbis, una planta suculenta de la familia de los cactus, y distintas preparaciones de frijoles. Y al final aparecen el dulce de leche, las compotas y el queso con guayaba, conocido popularmente como Romeo y Julieta.

Ofrecer comida en Minas es una forma de recibir al otro, y en torno a una mesa caben así sabores, memorias familiares, herencias culturales y generaciones de cocineras y cocineros. **P!**

¡¡¡CONSIDÉRELO SUYO!!!



prisma@prensa-latina.cu



#CubaUnica

| cuba.travel

