

CAYO SANTA MARÍA una joya en el Caribe

06 | Eventos en Cuba para promover la conservación del medio ambiente

08 | Playa Luxury y Playa Kids, novedades en Cayo Santa María

10 | «Queens of Bartending 2026» en La Habana

Sumario

Cayo Santa María una joya en el Caribe	04
Eventos en Cuba para promover la conservación del medio ambiente	06
Playa Luxury y Playa Kids, novedades en Cayo Santa María	08
«Queens of Bartending 2026» en La Habana	10
Playas cubanas sin sargazo	12
«Interest Media», su impacto en el marketing turístico	14

ttc **TTC TRAVEL TRADE CARIBBEAN S.R.L.**

Vía Armando Díaz, 10 Gioia del Colle, Bari, Italia
redaccion@traveltradecaribbean.com
www.traveltradecaribbean.es

Director General Alfredo Rodríguez
Director Cuba Mario Ramos
Editor Jefe y Corresponsal Daily Pérez Guillén
Representante República Dominicana Leidy Velázquez
Director de Tecnología Hairo Rodríguez
Marketing Amy Cruz
Diseño Gráfico Chenyí Cancio / Elisa García
Editor Web Rachell Cowan
Webmaster Nelson Sánchez
Administrador de Redes Yoanna Cervera
Contabilidad Nara Lisset Rodríguez Lemus
Portada © Chenyí Cancio

Iscritto al Tribunale di Milano con il numero 166. Proprietà di Travel Trade Caribbean S.R.L.
Data di registro nella Camera di Commercio: 01.08.2001. Iscritto al ROC Italia (Registro di Operatori della Comunicazione). Vietata la riproduzione parziale o totale degli articoli senza l'autorizzazione espressa dei suoi autori, i quali conservano tutti i diritti legali e sono responsabili del contenuto degli stessi.



VII BOLSA TURÍSTICA DESTINOS GAVIOTA

Entre el sol, el mar y las montañas del centro de Cuba

TEXTO REDACCIÓN TTC
FOTOS ARCHIVO TTC

Cayo Santa María, un destino “que reúne la magia del Caribe con la hospitalidad cubana en su máxima expresión”, en palabras de Carlos M. Latuff, presidente del Grupo de Turismo Gaviota, acoge la VII Bolsa Turística Destinos Gaviota en 2025.

El evento internacional, que reúne a más de mil profesionales del turismo de todo el mundo, también llegará hasta Topes de Collantes, uno de los tesoros naturales más impresionantes de Cuba, ubicado en la Sierra del Escambray en la provincia de Sancti Spíritus. Este parque natural se extiende a más de 800 metros sobre el nivel del mar y ofrece un clima de selva tropical único en la isla.

Con su séptima edición Destinos Gaviota se consolida como una plataforma clave para el networking, la formación y la promoción del producto turístico cubano.

Con excelentes playas, libres de sargazo todo el año, Cayo Santa María se proyecta como un destino ideal tanto para el turismo familiar como para el segmento adults only. La nueva

propuesta de hospedaje incluye conceptos como Playa Kids, orientado a familias, y Playa Luxury, enfocado en el público adulto que busca exclusividad.

El evento ofrece un programa completo que incluye capacitaciones, rondas de negocios, presentaciones de producto, experiencias culturales y visitas guiadas a hoteles tanto de marca propia como de gestión compartida.

Más de 700 agentes internacionales y 300 profesionales del Cono Sur llegan hasta este destino. Se destacan grupos fams provenientes de

Argentina, Chile, Paraguay, Perú y Uruguay. Los asistentes podrán disfrutar de actividades que muestran la esencia de Cuba a través de visitas guiadas, degustaciones de la gastronomía local y espectáculos.

Este año el evento suma una alianza estratégica con CORIS, empresa líder en asistencia al viajero, que se incorpora como partner oficial del FAM Destinos Gaviota.

Los hoteles Playa Cayo Santa María y The One Gallery Resort, ambos bajo el sello de Gaviota, son el centro de atención en estas cinco jornadas.



Cayo Santa María

UNA JOYA EN EL CARIBE

TEXTO DAILY PÉREZ GUILLÉN
FOTOS CORTESÍA GRUPO
BARCELÓ, ARCHIVO TTC

EL VISITANTE PODRÁ
DISFRUTAR DE
EXTENSAS PLAYAS
IDEALES PARA
NADAR, TOMAR EL
SOL O SIMPLEMENTE
RESPIRAR AIRE PURO

Cuarenta y ocho kilómetros de una línea zigzagüeante a través del mar, conectan tierra firme en la región centro norte de Cuba con Cayo Las Brujas, Ensenachos y Cayo Santa María. En esas porciones de tierra donde la naturaleza fue pródiga en belleza y biodiversidad, Cuba atesora uno de sus destinos turísticos más atrayentes.

Expertos y viajeros han comparado este paraje con Maldivas o Bora Bora, pero en el Caribe, ese polo que en su conjunto se identifica como Cayo Santa María, se distingue por su naturaleza virgen y protegida y la experiencia relajante que encuentran quienes buscan descanso, lujo y belleza natural.

El visitante podrá disfrutar de extensas playas ideales para nadar, tomar el sol o simplemente respirar aire puro. Entre ellas, Playa Las Gaviotas, sobresale por su encanto virginal y por ubicarse dentro de una reserva natural.

En tanto, los manglares y bosques albergan especies endémicas, lo que lo convierte en un lugar perfecto para los amantes de la biodiversidad. En este refugio de vida silvestre que abarca una superficie de más de 77 mil hectáreas y acoge unas 248 especies de plantas, los guías recomiendan realizar prácticas de senderismo a través de rutas ecológicas para explorar la flora, lagunas y observar aves autóctonas. Cayo Santa María ha sido reconocido por la UNESCO por su exuberante vegetación y biodiversidad. En el paisaje marino resaltan los flamencos rosados, los pelícanos y otras especies tropicales.

El desarrollo impulsado por el Grupo de Turismo Gaviota, que alcanza una red de 20 alojamientos y más de 12 mil habitaciones, trajo hasta esta zona cadenas internacionales como Meliá, Iberostar, Royalton Hotels & Resorts, Roc, Valentin, Archipelago que administran hoteles en la modalidad todo incluido con diversidad de servicios, gastronomía

internacional y entretenimiento nocturno. Los exclusivos hoteles han sido diseñados para ofrecer la máxima comodidad y elegancia, integrados perfectamente a los entornos naturales.

La obra humana también creó allí plazas, mercados, una marina, un aeropuerto y toda la infraestructura necesaria para sostener este polo de sol y playa.

Entre las actividades acuáticas los vacacionistas pueden elegir prácticas de snorkel y buceo entre arrecifes de coral y fondos marinos. Pero los paseos en catamarán son una experiencia que los viajeros deberían disfrutar. A bordo de embarcaciones denominadas Crucero del Sol con carismáticos animadores se exploran las aguas que rodean estos paradisíacos cayos.

Y un punto obligado se encuentra en el delfinario, donde además del espectáculo, se puede nadar con estos animales en un entorno seguro.

El acceso a los cayos de la región central de Cuba toma poco tiempo,

pues el Aeropuerto Internacional Abel Santamaría de la ciudad de Santa Clara dista menos de dos horas y otros destinos como Trinidad, Cienfuegos, Remedios conectan con esta joya turística a través de una eficiente red de transporte.





IMASUB 2025 | AMBIENTE
1º LUGAR. ALEJANDRO R. VÁZQUEZ

EVENTOS EN CUBA para promover la conservación del medio ambiente

El Grupo de Turismo Gaviota organiza cada año eventos que combinan turismo, naturaleza, fotografía y networking profesional.

IMASUB ofrece una experiencia única para los amantes de la fotografía subacuática. En los fondos marinos

de Cuba tienen la oportunidad de combinar arte, naturaleza y aventura. Este concurso internacional reúne tanto a profesionales como a aficionados para capturar la belleza del mundo submarino en escenarios de alto valor ecológico.



El evento tiene carácter competitivo en categorías como ambiente, ambiente con modelo, peces y macrofotografía.

Naturaleza Digital es otro concurso, pero enfocado en la fotografía de naturaleza. Reúne cada año a fotógrafos profesionales y aficionados en el Paisaje Natural Protegido Topes de Collantes. Se compite bajo un seudónimo en cuatro categorías: Paisaje, Flora y Fauna, Hombre y Naturaleza, Macro-Fotografía.

Durante cuatro días los participantes toman fotos en senderos escogidos por sorteo: La Batata, Caburní, Vegas Grandes, Camino de la Barbera, Guanayara, Gruta Nengoa, Grau, Río Guaurabo, Mi Retiro, El Hanabanilla y el Salto del Rocío, que muestran la belleza de la vegetación topeña.

El evento deviene una oportunidad única para captar la esencia de este destino ecoturístico.

La XII edición está fijada para realizarse entre el 6 y el 11 de octubre de 2025.



NATURALEZA DIGITAL 2024 | MACROFOTOGRAFÍA
3º LUGAR. YADIER VEUNES ALONSO



NATURALEZA DIGITAL 2024 | FLORA Y FAUNA
1º LUGAR. YADIER VEUNES ALONSO

GRAN CARIBE
HOTELES

Barceló
HOTEL GROUP



Varadero Resort by Barceló



Carretera Las Américas, km 3½ | Varadero | Cuba

Tel. +53 45 623800 Ext. 586 | Tel. +53 45 623825

rsv@resortsolymar.gca.tur.cu

reserva@resortsolymar.gca.tur.cu

barcelo.com

Barceló Solymar
Occidental Arenas Blancas



Playa Luxury y Playa Kids

NOVEDADES EN CAYO SANTA MARÍA

TEXTO YOANNA CERVERA HERNÁNDEZ
FOTOS ARCHIVO TTC

CON SUS NUEVOS
PRODUCTOS EN EL HOTEL
PLAYA CAYO SANTA MARÍA,
LA COMPAÑÍA ELEVA EL
ESTÁNDAR DE LUJO Y
HOSPITALIDAD EN LA ISLA

En el corazón de la costa norte central de Cuba, donde el sol besa las aguas turquesas y la arena blanca se extiende como un lienzo infinito, el Grupo de Turismo Gaviota marca un nuevo hito en la hospitalidad. Con su nuevo producto «Playa Luxury» en el Hotel Playa Cayo Santa María, la compañía eleva el estándar del lujo en la isla y crea una experiencia única que combina exclusividad, sofisticación y la calidez que caracteriza a la oferta turística cubana.

El presidente de esa compañía, Carlos M. Latuff, destacó que Playa Luxury es más que un servicio; es una promesa de excelencia. “Este concepto representa

lo mejor del lujo en Cuba: exclusividad, atención personalizada y experiencias únicas, siempre en armonía con nuestro entorno y la calidez de nuestra gente”.

Con un total de 66 habitaciones en ese destino, 60 Luxury Standard y 6 Suite Luz, este producto está diseñado exclusivamente para adultos.

Cada huésped puede disfrutar una serie de valores añadidos que lo distinguen del resto de los clientes. Desde el momento de su llegada, los visitantes son recibidos con un early checking y un brazalete distintivo que les otorga acceso a una recepción privada. Aquí, son presentados a su mayordomo, un servicio de concierge personalizado

que se encarga de gestionar cada detalle de su estancia: desde reservar cenas y masajes, hasta organizar actividades y traslados.

Las experiencias exclusivas y servicios premium también figuran como uno de los aspectos más destacados. Los huéspedes pueden disfrutar de desayunos, almuerzos y cenas de alta calidad, preparados con ingredientes frescos y presentados con un toque de elegancia en un restaurante privado. Además, gozan de acceso preferencial a los demás restaurantes del hotel, así como a servicios adicionales que incluyen masajes y transporte desde y hacia el aeropuerto, reservados en su paquete.

Para aquellos que deseen explorar el entorno, Playa Luxury ofrece los medios para el traslado de manera cómoda y rápida. Quienes dispongan de licencia de conducir pueden manejar estos vehículos dentro del complejo, facilitando su movilidad hacia la Plaza Gallery, un espacio cercano donde se encuentran tiendas de artesanías, boutiques y opciones culturales.

Este nuevo concepto, que combina la belleza natural de Cayo Santa María con servicios de alta gama y atención personalizada, promete convertirse en el destino preferido de aquellos que buscan una experiencia única e inolvidable en el Caribe.

Playa Kids: un espacio único para niños, niñas y sus familias

Encontrar un espacio divertido, seguro y con todo lo necesario para una estancia inolvidable de los pequeños puede ser el sueño de muchas familias cuando salen en busca de una oferta turística. Pensando en ese tipo de clientes, el Grupo de Turismo Gaviota redimensiona su cartera con un producto exclusivo: Playa Kids.

El Hotel Playa Cayo Santa María es también el escenario de esta iniciativa. Además de sus habituales espacios, ahora incluye nuevas áreas y 60 habitaciones.

Un servicio exclusivo y mayordomía especializada, habitaciones temáticas personalizadas, entornos con motivos infantiles, actividades recreativas, medios de juego y la

atención de un equipo capacitado con disponibilidad las 24 horas, distinguen el producto.

El director del hotel Playa Cayo Santa María, Erik Machado Cano, asegura que la instalación se convierte en escenario perfecto para que los niños y niñas puedan cumplir sus sueños y vivan momentos inolvidables, mientras la familia disfruta de un servicio pensado para su comodidad y felicidad.

Según han expresado directivos del Grupo de Turismo Gaviota este proyecto reafirma el compromiso con la excelencia y la innovación y eleva aún más el estándar de hospitalidad del destino caribeño.





«Queens of Bartending 2026» en La Habana

TEXTO YOANNA CERVERA HERNÁNDEZ
FOTOS ARCHIVO TTC

Cuba acogerá el primer Campeonato Mundial de Coctelería Femenina «Queens of Bartending 2026» del 7 al 10 de marzo en el Hotel Meliá Cohiba de La Habana, un evento sin precedentes avalado por la International Bartender Association (IBA). La cita reunirá a las 30 mejores bartenders del mundo.

La elección de Cuba como sede reconoce su tradición centenaria en coctelería, con una Asociación de Cantineros que supera los 1,600 miembros de los cuales el 30 % son mujeres. El gremio ha sido clave para preservar clásicos como el mojito y el daiquirí. «Sugerimos a la IBA crear un evento mundial y aceptaron», destacó Eddy Naranjo, presidente de la Asociación de Cantineros de Cuba, recordando que la propuesta surgió tras el éxito de un campeonato femenino celebrado en La Habana en 2025.



Síguenos



Las participantes competirán en cuatro categorías: aperitivo, long drinks, espumosos y after dinner, culminando en una superfinal en la crearán un cóctel inédito con productos Havana Club -patrocinador principal- y lo presentarán en inglés.

«No es solo mezclar ingredientes; es contar una historia y honrar el legado de la coctelería», explicó Rider Fuentes, vicepresidente del comité organizador, sobre esta prueba que definirá a la primera «Reina Global de la Coctelería». Los premios incluyen reconocimientos al mejor cóctel por categoría, a la técnica más depurada y a la joven promesa menor de 24 años.

De la mano del Grupo Havanatur S.A., como receptor oficial, se ha diseñado un programa que permitirá a las delegaciones disfrutar de los atractivos del destino caribeño, con visitas a la destilería Havana Club, recorridos por La Habana y eventos en bares emblemáticos. «Queremos que vivan la esencia de nuestra coctelería», añadió Fuentes.

El evento coincide con el Día Internacional de la Mujer el 8 de marzo, oportunidad para reforzar el mensaje de empoderamiento femenino en la mixología. La Mayor de las Antillas prevé presentar su candidata en diciembre tras un proceso eliminatorio.




agrosalva
EMPRESA AGROFORESTAL
EL SALVADOR

TEXTO LEDYS CAMACHO CASADO FOTOS CORTESÍA AGROSALVA

Podrían ser los múltiples reconocimientos por los resultados en los últimos seis años, su condición de empresa destacada otorgada por el Grupo Empresarial Agroforestal (GAF) debido a sus logros en la actividad cafetalera, o los referidos a la gestión del capital humano y al cumplimiento de los objetivos del Plan Turquino, asociados a la sostenibilidad de ese programa, los méritos que la ubican en el podio de las ganadoras.

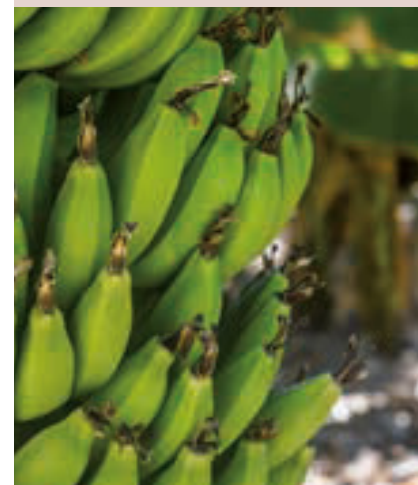
La Empresa Agroforestal El Salvador (AgroSalva), en la provincia de Guantánamo, se mantiene en la lista de las distinguidas por sus favorables indicadores económicos, además de sobresalir por sus aportes científicos al Centro de Desarrollo de la Montaña.

Son muchos otros los trofeos y éxitos alcanzados por la entidad, fundada en junio de 1998, la cual cuenta con

un gran patrimonio agrícola de más de 25 mil hectáreas, con plantaciones predominantes de café, forestales y cultivos varios, a partir de la aplicación de las mejores prácticas en el desarrollo de las producciones, los servicios y los valores del capital humano.

De su superficie, un 16,7 % se destina al cultivo del café, un pequeño por ciento al cacao, un 46,2 % a la actividad forestal, un 22,5 % a la ganadería y un 13,3 % a cultivos varios, entre otras producciones.

Con la visión de ser una empresa competitiva, reconocida en el mercado nacional e internacional por la calidad de los productos que comercializa y el alto desempeño de su equipo laboral, saben aprovechar muy bien las oportunidades que ofrece la flexibilización del perfeccionamiento del Sistema de gestión empresarial, y realizan los procesos y la comercialización conforme al diagnóstico de los requisitos de las normas de calidad ISO-9001 de 2015 y del cuidado del medio ambiente.



PLAYAS CUBANAS SIN SARGAZO

Refugios caribeños de aguas cristalinas



TEXTO RACHELL COWAN CANINO
FOTOS ARCHIVO TTC

Mientras el Caribe enfrenta un récord histórico de acumulación de sargazo, Cuba emerge como un destino con playas preservadas donde los visitantes pueden disfrutar de aguas transparentes y arenas doradas sin la amenaza de las molestas algas pardas. Los litorales del occidente y centro de la isla mantienen condiciones óptimas gracias a corrientes marinas y estrategias de gestión ambiental.

Según estudios las masivas llegadas de sargazo al Caribe se vinculan al cambio climático: aumento de la temperatura oceánica, alteración de corrientes y nutrientes derivados de actividades humanas. Al descomponerse, estas

algas generan sulfuro de hidrógeno, causante de dolores de cabeza, irritación ocular y afectaciones a ecosistemas marinos.

Países como México y República Dominicana han implementado barreras de contención y limpieza intensiva, pero Cuba destaca por la estabilidad de sus entornos costeros en zonas clave, gracias a su posición geográfica y políticas de monitoreo.

Entre esas playas destacan en número Varadero, principal destino de sol y playa de la Isla. Con 22 km de arenas blancas, este icónico destino reporta mínima presencia de algas en 2025. Su perfil hidrodinámico —protegido por la corriente del Golfo— desvía las masas de sargazo hacia el este. Hoteles como el Iberostar Selection Varadero, certificado por su sostenibilidad, implementa vigilancia diaria y retirada temprana de residuos.

Un poco más al centro, las playas de Cayo Santa María o las de los cayos Coco o Guillermo resaltan por sus aguas turquesas. Estas permanecen limpias debido a corrientes locales que alejan el sargazo hacia alta mar. Biólogos del CITMA monitorean mediante imágenes satelitales para activar protocolos rápidos de limpieza si se detectan aproximaciones.

Por otra parte, las playas del este de La Habana (Guanabo, Bacuranao, Mar Azul, entre otras) también encuentran una posición privilegiada. Tras reportes aislados en marzo, programas de gestión redujeron su impacto. La limpieza especializada y la disposición estratégica de barreras naturales mantienen estas playas urbanas operativas. Cuba ha integrado el manejo del sargazo en su Directiva 1 de Defensa Civil, clasificándolo como riesgo ambiental.

En el extremo oriental, Guardalavaca se erige como un tesoro histórico y natural. Este polo turístico combina aguas cristalinas y arena blanca con una barrera coralina a solo 100 metros de la costa, ideal para buceo y snorkel. Su ubicación en la costa norte oriental la beneficia de corrientes que alejan el sargazo, mientras hoteles del área implementan vigilancia diaria para retirar residuos oportunamente.

Al sur de la Isla de la Juventud, Cayo Largo del Sur alberga algunas de las playas más vírgenes del Caribe, con 24 km de arena fina y aguas turquesas. Sus playas Paraíso y Sirena son inmunes al sargazo gracias a corrientes que desvían las algas hacia alta mar, un fenómeno respaldado por sistemas de alerta temprana. Este paraíso, accesible solo por avión o barco, opera bajo un modelo ecoturístico.

Herramientas como el Mapa Oficial de Sargassum Monitoring, actualizado

diariamente con colaboración ciudadana, permite predecir el arribo en varios países de la región. Además, proyectos piloto en cooperación con asociaciones medioambientales exploran usos



Las playas de Cayo Santa María permanecen limpias debido a corrientes locales que alejan el sargazo hacia alta mar



Según estudios las masivas llegadas de sargazo al Caribe se vinculan al aumento de la temperatura oceánica, alteración de corrientes y nutrientes derivados de actividades humanas

sostenibles del alga recolectada, desde fertilizantes hasta materiales de construcción.

Mientras destinos de la región dependen de «semáforos de sargazo» para redirigir turistas, las playas cubanas ofrecen la biodiversidad intacta con arrecifes coralinos y experiencias premium con hoteles en ciudades patrimoniales complementan la oferta de sol y playa con cultura e historia, además de ausencia de riesgos sanitarios por sargazo descompuesto y compromiso con prácticas sostenibles.

Para viajeros que buscan el Caribe auténtico sin alteraciones ecológicas, la isla confirma que aún existen paraísos donde el mar sigue siendo un espejo azul.



TEXTO JOSÉ LUIS PERELLÓ
FOTOS ARCHIVO TTC

En el contexto del Social Media y del uso de las redes para la comunicación colaborativa, conviene resumir que como generadores de historias orientadas a un público masivo, cualquier agente comunicativo capaz de generar "storytelling" de manera única o seriada; en cualquier formato tecnológicamente disponible: textual, sonoro, audiovisual o de otra índole; a través de todas las plataformas o medios activos; con autoría individual o participativa y con

conexiones argumentales más o menos complejas, puede alcanzar millones de visualizaciones si su contenido conecta con una audiencia interesada.

El desarrollo tecnológico y narrativo asociado a internet ha transformado el modo en que las personas se comunican, también la manera en que se accede a estímulos informativos, publicitarios o de entretenimiento y, en consecuencia, impacta en la manera en que se toman decisiones vinculadas al consumo de productos o servicios. Un buen ejemplo de esto es el comportamiento del consumidor de viajes.

Las redes sociales han transformado radicalmente los hábitos de inspiración

y reserva en el sector turístico. Sin embargo, lo que comenzó como una red de conexiones sociales está mutando hacia una dinámica dominada por los intereses individuales. Esta nueva fase, denominada como "interest media", plantea un cambio de paradigma para marcas y profesionales del sector turístico.

A diferencia del modelo tradicional de "social media", en el que la interacción partía de círculos sociales o seguidores, el "interest media" se rige por algoritmos que priorizan el contenido relevante, independientemente de quién lo publique. Esto implica que incluso creadores con pocos seguidores pueden alcanzar millones de

visualizaciones si su contenido conecta con una audiencia interesada.

Esta nueva lógica de distribución es una realidad consolidada. "Los algoritmos saben lo que quieres ver incluso antes de que tú lo sepas", explicó el experto Konrad Waliszewski, cofundador y CEO de "@Hotel". En este sentido, Travis Pittman, CEO de "TourRadar", va más allá y vincula el surgimiento del "interest media" con el ascenso de TikTok. Según él, esta plataforma supuso el punto de inflexión: "Pasamos de interactuar con publicaciones de amigos a sumergirnos en contenidos alineados con nuestros intereses más profundos".

Esta nueva era exige un cambio de enfoque para las marcas turísticas, una reconfiguración de las estrategias de marketing digital; pues los seguidores ya no son el indicador más valioso. En su lugar, las visualizaciones se han convertido en la métrica clave, porque son reflejo del alcance real.

Ahora es más importante que nunca crear contenidos que la gente quiera guardar, comentar o compartir. El enfoque basado en intereses también representa una oportunidad para pequeños creadores o destinos turísticos menos conocidos, que ahora pueden competir con grandes presupuestos gracias a la calidad y autenticidad de sus contenidos.

Para Aizaz Sheikh, responsable global de marca en TourRadar, este fenómeno no es nuevo. Plataformas como "Tumblr" ya estaban basadas en intereses mucho antes del auge de Instagram o Twitter. Sin embargo, lo que hoy cambia es la escala y la sofisticación de los algoritmos, capaces de entender y anticiparse a las preferencias individuales de los usuarios.

Mientras el "social media" funcionaba como una estrategia de atracción (pull), el "interest media" es esencialmente una estrategia de empuje (push). El contenido llega al usuario sin que este lo haya solicitado explícitamente. Pero este modelo conlleva una desventaja importante: la falta de control por parte de las marcas. Ya no son ellas quienes eligen cómo se distribuye su mensaje, sino que dependen de la lógica opaca

del algoritmo. Un contenido puede viralizarse o desaparecer sin explicación aparente.

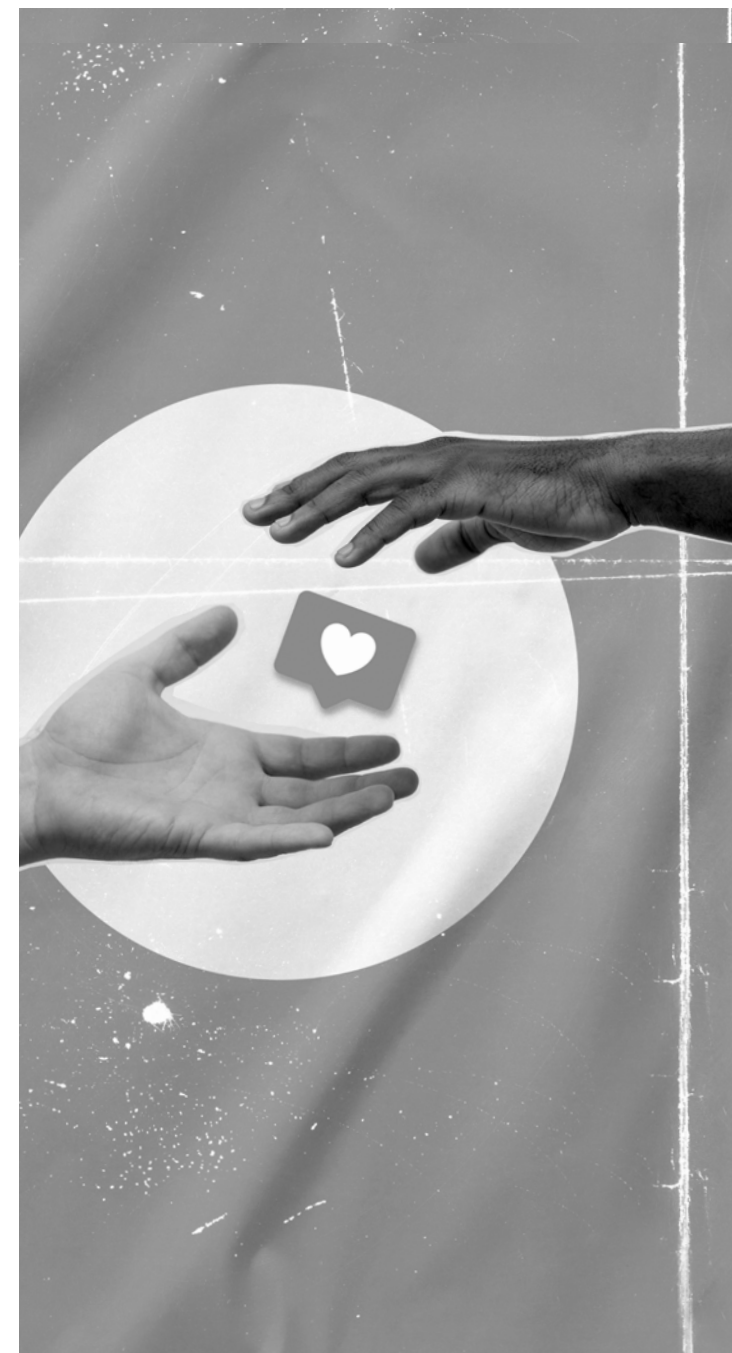
Por eso, para Tim Morgan, CEO de Jerne, la clave está en asegurarse de que tanto el contenido propio como el generado por colaboradores, mantenga una calidad consistente. "Las personas siguen confiando más en otras personas que en los algoritmos", explicó, señalando la importancia de los creadores con credibilidad dentro de comunidades específicas.

A pesar del auge del contenido guiado por intereses, los expertos coinciden en que la dimensión comunitaria no ha desaparecido. Aquellas marcas que trabajen con creadores que prioricen el vínculo con su audiencia saldrán beneficiadas. En un entorno cada vez más automatizado, la autenticidad y la cercanía seguirán siendo activos clave. Con la inteligencia artificial avanzando rápidamente, se espera que las voces humanas dentro de comunidades específicas cobren aún más valor como fuente de referencia confiable.

Las marcas turísticas deben prestar atención tanto a las tendencias de viaje como a los acontecimientos culturales o noticiosos que puedan generar oportunidades para conectar.

El crecimiento de plataformas en redes como TikTok e Instagram, también está siendo impulsado por cambios en Google, que ya empieza a incorporar contenido de redes sociales en sus resultados de búsqueda. Esto significa que, a futuro, tener presencia en redes con autoridad de marca será tan relevante como tener un sitio web bien posicionado.

La era del "interest media" no solo redefine la forma en que los viajeros descubren y consumen contenido, sino también cómo se construyen las marcas. Ya no basta con tener presencia: hay que producir contenido que conecte emocionalmente, que ofrezca valor práctico y que, sobre todo, resuene con los intereses individuales de una audiencia que no necesariamente forma parte de tu comunidad.



Para las empresas turísticas, este cambio de paradigma implica repensar sus estrategias de distribución, su relación con los creadores de contenido y su manera de entender la notoriedad. El foco ya no está en el número de seguidores, sino en la capacidad de generar impacto a través de contenidos relevantes, emocionantes, oportunos y auténticos.

Porque si algo ha quedado claro en esta nueva etapa de las redes sociales es que el contenido encuentra a las personas, no al revés. Y en ese escenario, solo sobrevivirán las marcas que logren ser verdaderamente interesantes.

Motivos Cubanacan regresa el próximo noviembre

TEXTO DAILY PÉREZ GUILLÉN
FOTOS ARCHIVO TTC

La segunda edición del evento “Motivos Cubanacan” que organiza el Grupo Hotelero Cubanacan se realizará en noviembre próximo y estará dedicado a explorar y potenciar los motivos de viaje en el oriente del país. El anuncio fue realizado por la vicepresidenta de la empresa, Yaima Suárez, en la velada que reunió a socios y colaboradores para celebrar los 38 años de creación de esta cadena hotelera.

«Será una oportunidad para redescubrir juntos una región rica en cultura, historia, música y naturaleza; y para fortalecer nuestra oferta en un mercado cada vez más competitivo», resaltó la ejecutiva.



Santuario Nacional de Nuestra Señora de la Caridad del Cobre.

Cubanacan trabaja en un plan de mejora de cara a la temporada de invierno 2025-2026, para mostrar un producto hotelero renovado, con mejor imagen, según informó Suárez. Esto con el propósito de satisfacer las expectativas de potenciales clientes, fidelizados y operadores.

En ese sentido especificó que se revisan los estándares de bebidas y alimentos y los menús corporativos. Adelantó que el servicio todo incluido en el hotel Playa Girón perteneciente al Parque Natural Península de Zapata será reimplementado.

Durante 38 años, esta empresa hotelera se ha especializado en crear experiencias memorables. “Cubanacan, la mejor forma de conocer Cuba, cuenta con 118 hoteles que superan las 17 mil habitaciones, localizados tanto en entornos naturales como en ciudades de los principales destinos turísticos de nuestro país. Hemos desarrollado diversas marcas comerciales que inte-

gran productos de sol y playa, naturaleza, cultura y tradición. Y lo hemos hecho con una visión de ofrecer servicios turísticos de alta calidad, sostenibles, seguros y diferenciadores», reseñó la vicepresidenta.

La ejecutiva resaltó también la vocación innovadora de la empresa y sus alianzas internacionales con prestigiosas cadenas hoteleras como Meliá, Iberostar, Royalton Hotels & Resorts, Blau, Muthu y otros socios comerciales. «Estas asociaciones y nuestras empresas mixtas reflejan la confianza en nuestro modelo de gestión y en el potencial de Cuba como destino turístico», expresó.

Señaló además que la visión de futuro de la compañía se dirige hacia la innovación, la sostenibilidad y la transformación digital, de acuerdo con las nuevas tendencias, «porque el viajero de hoy busca nuevas experiencias, confort, autenticidad, y respeto por el entorno y la cultura local, en un mundo totalmente conectado.»



Complejo Histórico El Frente Oriental

ttc

Travel Trade Caribbean

Medio italiano en
Cuba con **28 años**
de **experiencia**

TURISMO

COBERTURA DE EVENTOS

COMERCIO

