

en

RUTA

con *Correo* TURISMO

No. 1
Enero 2025

FITUR 2025

DONDE EL MUNDO DEL
TURISMO SE ENCUENTRA





SPORTTRAVEL

AGENCIA DE VIAJE DEPORTIVA



www.sporttravel.com



CONSOLIDA EN MADRID, EL LIDERAZGO DEL TURISMO ESPAÑOL CON UNA FERIA DE RÉCORD

La Feria Internacional de Turismo de Madrid, conocida como FITUR, se ha consolidado como uno de los eventos más emblemáticos y relevantes del panorama turístico global. Cada año, en el corazón del recinto ferial IFEMA, se reúnen miles de expositores, profesionales y entusiastas del turismo provenientes de los cinco continentes, convirtiendo a Madrid en el epicentro de la innovación, las tendencias y los grandes acuerdos que definirán el futuro de esta industria.

Este magno evento, más que una simple exposición, es un espacio donde las culturas se encuentran, las empresas dialogan y los destinos compiten por captar la imaginación de los viajeros. Desde innovaciones tecnológicas que transforman la experiencia de viajar hasta estrategias sostenibles que buscan proteger el patrimonio cultural y natural del planeta, FITUR se convierte en el escaparate ideal para los líderes del sector.

En esta edición, Correo Canadiense tiene el privilegio de acercarte a los momentos más destacados de la

feria. Desde conferencias inspiradoras y lanzamientos de destinos exóticos hasta iniciativas que promueven un turismo más inclusivo y respetuoso con el medio ambiente, nuestros corresponsales te llevarán al corazón de este vibrante evento.

FITUR no solo celebra el arte de viajar, sino que también refleja la resiliencia y la capacidad de adaptación de un sector que, a pesar de los desafíos globales, sigue siendo un motor clave para las economías y una fuente inagotable de experiencias enriquecedoras. A lo largo de estas páginas, exploraremos cómo la feria impulsa el diálogo entre culturas, conecta a los actores clave de la industria y traza el camino hacia un turismo más consciente y comprometido.

Invitamos a nuestros lectores a sumergirse en las historias, novedades y perspectivas que emergen desde los pabellones de IFEMA. Descubrirás cómo esta feria no solo promueve destinos, sino que también abre puertas hacia un mundo más conectado y lleno de posibilidades.

Correo CANADA'S SPANISH-ENGLISH BILINGUAL NEWSPAPER
FOUNDED IN 2001, PUBLISHED NATIONWIDE BY GRUPO CORREO CORP.

CORREO CANADIENSE IS A REGISTERED TRADEMARK. **CORREO CANADIENSE** IS A PUBLICATION ATTACHED TO THE CREATIVE COMMONS LICENSE 4.0. OUR MATERIALS, WITH THE EXCEPTION OF: 1) THOSE OWNED BY THIRD PARTIES AND 2) THE IMAGES, MAY BE REPRODUCED IF THEY ARE PUBLISHED PROPERLY ACKNOWLEDGING THE SOURCE AND AUTHORSHIP. ARTICLES PUBLISHED HERE IN DO NOT NECESSARILY REFLECT THE OPINION OF THE NEWSPAPER AND ARE THE SOLE RESPONSIBILITY OF THEIR AUTHORS. THE APPEARANCE OF ADVERTISEMENTS IN CORREO CANADIENSE DOES NOT WARRANT ENDORSEMENT OR APPROVAL OF THE PRODUCTS OR SERVICES ADVERTISED.

Tel: +1 416 577 0888. 1000-10 Four Seasons PL, 10th Floor, Etobicoke, ON M9B6H7, Toronto, ON. Canada

MANAGING DIRECTOR
ENRIQUE VILLAGRA-md@correo.ca
EDITOR
ELIZABETH ALMEIDA-editora@correo.ca
CUBA REPORTER
DIONY SANABIA-corresponsalc@correo.ca
COMMUNICATION
MARÍA CARIDAD GONZÁLEZ-sales@correo.ca
GRAPHIC DESIGN
PAVEL O. HECHAVARRÍA-pomarcu14@gmail.com

CUBA

CON ALTAS METAS EN EL TURISMO PARA 2025

▶ DIONY SANABIA



A pesar de que 2024 fue un año de desafíos para el turismo en Cuba, las autoridades del país caribeño tienen proyecciones “ambiciosas, pero alcanzables” en este 2025, las cuales se enfocan en incrementar la llegada de visitantes internacionales y expandir la infraestructura hotelera.

Las expectativas también incluyen consolidar el turismo de eventos y congresos, según expresó el ministro del sector, Juan Carlos García Granda, durante la Noche Cubana celebrada en el contexto de la Feria Internacional de Turismo de Madrid,





España, uno de los eventos de su tipo más importantes del mundo.

Al intervenir ante los asistentes a la velada, el titular recordó las complejidades enfrentadas el pasado año, muchas de ellas “como consecuencia de las restricciones impuestas por el bloqueo económico, comercial y financiero de Estados Unidos”, pero afirmó que el desarrollo del turismo sigue siendo una prioridad para el Gobierno cubano.

En ese sentido, indicó que se han tomado un grupo de decisiones que permitieron tener una recuperación gradual de la competitividad, entre ellas trabajos para la incursión en nuevos mercados y el mejoramiento de la infraestructura hotelera, el fortalecimiento de las conexiones aéreas, y la diversificación de las ofertas culturales y de naturaleza, “posicionando a Cuba como un destino atractivo para mercados emergentes”.

Durante su alocución, García Granda agradeció a las cadenas que han apostado por la nación caribeña como destino turístico, con mención especial para Meliá Hotels International, Iberostar, Blue Diamond Resorts, Muthu y Roc.

También, invitó a fortalecer alianzas y a explorar nuevas oportunidades con el fin de hacer del turismo una fuerza de desarrollo económico y social para todos.



NUEVOS PROYECTOS DE ATG HOTELS

ATG Hotels, una cadena turca que ha logrado consolidarse en Cuba, experimenta un crecimiento en la isla con planes de expansión y un enfoque en mejorar su oferta para el turismo internacional.

Desde la apertura de su primera instalación en el país caribeño, Selectum Family Resort Varadero, en el famoso balneario del mismo nombre, la marca ha continuado desarrollando nuevos proyectos y ya anuncia la apertura de otro hotel en la isla para el próximo año, el City Corona, el cual será el primero que opere la firma en La Habana.

El hotel, que se establecerá en el espacio que ocupó la fábrica de puros Corona en La Habana Vieja, contará con 147 habitaciones, precisó al periódico Correo Canadiense el director comercial del Selectum Family Resort Varadero, Francisco Luz.

Paralelamente, dejó ver que la venidera instalación rendirá homenaje al tabaco cubano, con su propio salón de fumador y temática en cada piso con nombre de las partes de esa planta.

Además, resaltó que tendrá una ubicación privilegiada, con vistas hacia el Museo de la Revolución, el Capitolio y el Castillo del Morro, todos sitios emblemáticos de la capital de Cuba y lugares de reconocido atractivo histórico y turístico.

Más allá de ese proyecto en La Habana, ATG Hotels tiene en su horizonte gestionar una infraestructu-

ra en cayo Paredón, en el archipiélago de Jardines del Rey, y Luz celebró la posibilidad de promocionar ese tipo de proyecciones en el contexto de la reconocida Feria Internacional de Turismo de Madrid, cuando buscan crecer dentro de América.

Por otra parte, comentó sobre diversos esfuerzos para trabajar con los principales mercados que prefieren los servicios de la entidad turca en La Habana, entre los cuales ponderó al canadiense, de gran



Francisco Luz, director Comercial Selectum Family Resort Varadero.

importancia en la industria cubana del ocio como el primer emisor de turistas a la isla.

Otros países mencionados fueron China ("gracias a los chinos que vienen desde Asia, no de otras partes del mundo"), Rusia, México, Colombia, Bolivia, España, Francia, Alemania, Reino Unido y Polonia **•DS**





Maribel Rodríguez, directora Comercial para Cuba de Valentin.

VALENTIN BUSCA RECUPERAR LOGROS POSITIVOS EN LA ISLA

Recuperar la credibilidad en los servicios y las propuestas que ofrece en Cuba, donde opera cuatro hoteles, resulta uno de los objetivos principales de la cadena española Valentin.

En diálogo con el periódico *Correo Canadiense* en el contexto de la Feria Internacional de Madrid, la directora Comercial de dicho grupo para la nación caribeña, Maribel Rodríguez, reconoció debilidades en los últimos tiempos y la disposición a transformar el panorama.

Tenemos hoteles en La Habana, Varadero y los cayos de Santa María y Cruz con infraestructura muy buena y nueva, y el más fácil para despegar es el segundo por ubicarse en el principal destino de sol y playa, pero todos deben estar en las preferencias de los turistas, expuso.

Manifestó que lamentablemente no es el mejor momento para Valentin; pero existe disposición de atraer a todos los mercados, más allá del canadiense que sigue ocupando una posición privilegiada.

A los canadienses siempre les ha gustado Cuba como destino, más que a ningún otro del Caribe, y trabajamos sin dejar de tener eso en cuenta, no queremos que pierdan la confianza, recalcó Rodríguez ●DS

Comentó también que resulta importante mantener en esos viajeros el interés hacia la isla, la cual ofrece una gran seguridad a la hora de descansar y pasarla bien, sea de manera individual, en familia o con amigos.

Sobre esta Feria, que reúne a más de 880 expositores y nueve mil 500 empresas de 156 países, Rodríguez coincidió con otros entrevistados que la señalan como una excelen-

te oportunidad para intercambiar ideas y proyectar acciones a favor del desarrollo del turismo.

Hemos visto mucha gente, muchos profesionales, todos estamos dispuestos a dialogar, las citas se cierran, y en el caso de Cuba su stand en el pabellón de América ha estado muy concurrido, esa nación tiene bastante que ofrecer, desde recursos naturales hasta la amabilidad de sus habitantes, resaltó.



ARCHIPELAGO, ÉXITOS EN CUBA Y EXPANSIÓN POR EL CARIBE

La cadena hotelera Archipelago, del sudeste asiático y sede en Indonesia, ha consolidado su presencia en Cuba, donde está presente desde hace casi seis años, y pretende expandirse a República Dominicana y México como parte de una estrategia enfocada en el Caribe.

De acuerdo con su director comercial para las Américas, Sergio Álvarez, proyectos innovadores y visión clara sobre los objetivos propios permiten el avance hacia una mayor expansión y el desarrollo del turismo en los mencionados destinos.

Nuestra compañía gestiona seis hoteles en los sitios turísticos cubanos más icónicos (La Habana, Varadero, Holguín y los cayos Santa María, Coco y Paredón) y estamos satisfechos con el desempeño y los logros, manifestó Álvarez en entrevista con el periódico Correo Canadiense y la revista TTC (Travel Trade Caribbean).

Ambos medios dialogaron con el funcionario en el contexto de la Feria Internacional de Turismo de Madrid, un evento del 22 al 26 de enero que tuvo a unos 155 mil participantes profesionales más otros 100 mil como público general, según datos de sus organizadores.

Tras mostrarse muy contento con la presencia de Archipelago en un stand



Sergio Álvarez, director comercial para las Américas.

dentro del pabellón América del recinto IFEMA, lo cual ocurrió este año por primera vez, Álvarez destacó las altas tasas de ocupación en las instalaciones cubanas, principalmente en Varadero y cayo Santa María.

De ahí que el éxito en la mayor de las Antillas sea tenido en cuenta como guía e impulso para intentar lograr idéntico resultado en los países cercanos al estilo de los nombrados.

Archipelago tiene grandes planes para República Dominicana, específicamente en Punta Cana y Santo Domingo, con la apertura de dos nuevos hoteles en marzo y abril del presente año, apuntó Álvarez.

Comentó que se trata, de manera respectiva, del Reserva Real by Harper y del Aston Rubí City Suites, con 187 y 179 habitaciones.

Estos nuevos establecimientos se suman a nuestras propuestas, explicó, y siguen una línea de hoteles más pequeños dirigidos a un tipo de viajero que busca experiencias auténticas y fuera del todo incluido.

Por otra parte, Álvarez expuso que la cadena hotelera tiene previsto abrir instalaciones en Cancún, Riviera Maya, Tulum y Playa del Carmen, así como en otras ciudades del norte como Zacatecas, Tijuana, Guadalajara y Oaxaca.

Nuestras perspectivas para los próximos años son optimistas, recalcó el entrevistado, quien señaló la diversidad de mercados emisores de turistas como factor determinante en el éxito de la empresa.

Al respecto, citó a Turquíe, Rusia y China por su crecimiento significativo, y a esas naciones, agregó, se han sumado México y Colombia.

En particular, subrayó, el mercado canadiense sigue siendo esencial, y Archipelago está trabajando de cerca con operadores turísticos y líneas aéreas como Air Transat, Sunwing, Westjet y Air Canada.

Datos oficiales apuntan que esta cadena hotelera, de poco más de 27 años de existencia, supera las 270 infraestructuras en funcionamiento en todos los continentes y 15 países **•DS**

CUBA SERÁ EPICENTRO DEL TURISMO RURAL IBEROAMERICANO EN 2025



Gracias a la presentación de una sólida candidatura, Cuba fue seleccionada como sede del X Encuentro Iberoamericano de Turismo Rural, un evento que del 29 de septiembre al 5 de octubre de 2025 reunirá a representantes de 22 naciones en el país caribeño.

La noticia fue confirmada en la Feria Internacional de Turismo de Madrid, donde Juan José Salado Sánchez, secretario general del Instituto Iberoamericano de Turismo Rural (Iberoatur), destacó que desde 2018 Cuba participa en los encuentros de esa entidad y ha dado un salto exponencial en tal área.

Cuando se hizo la convocatoria para que cualquiera de los 22 países lanzara su propuesta dirigida a organizar la cita, la mejor candidatura, la más preparada y la más sólida,

fue la de Cuba, resaltó Salado en declaraciones a Correo Canadiense, al tiempo que celebró también las políticas adoptadas por el país caribeño en este tipo de actividad y su vínculo con el ámbito universitario.

Apuntó que a través del Ministerio de Turismo de la isla, la agencia Ecotur y la Universidad Agraria de La Habana, en la provincia de Mayabeque, impulsaron diferentes relaciones y acuerdos de colaboración que permitieron avanzar y consolidar el liderazgo del agroturismo en Iberoamérica y en Cuba.

Durante la presentación del encuentro, Raúl Naranjo, director de Ecotur, adelantó que el programa de la cita incluirá visitas a lugares emblemáticos cubanos como el Jardín Botánico, el Cristo de La Habana, el mencionado centro de altos estudios, las fincas Vista Hermosa y Guanabito, el Morro Cabaña, Las Terrazas, Soroa, y plantaciones de tabaco en Pinar del Río.

Los asistentes al evento compararán buenas prácticas e iniciativas innovadoras a favor del desarrollo de las comunidades rurales y la preservación patrimonial.

Además, abordarán cuestiones clave para el sector como el turismo local sostenible, los casos de éxito en agroturismo y las oportunidades de cooperación entre los países de Iberoamérica ●DS



BLUE DIAMOND RESORTS

CONSOLIDA SU NUEVA JOYA RESONANCE HOTELS

La cadena canadiense Blue Diamond Resorts aprovecha cada momento de la Feria Internacional de Turismo de Madrid, del 22 al 26 de enero, para promocionar “la nueva joya” en su portafolio: la marca Resonance Hotels.

Seguimos impulsando una propuesta dedicada a los viajeros que buscan sensaciones únicas, manifestó al periódico Correo Canadiense el director Comercial de de esa compañía en Cuba, Rafael Villanueva, quien junto a otros representantes acude a un evento que es considerado entre los más importantes de su tipo a nivel mundial.

Como en ocasiones anteriores, cuando se presentó la iniciativa a finales de 2024 en cayo Santamaría (Villa Clara) y en el famoso balneario de Varadero, junto a la presencia en Santa Lucía (Camagüey) y Marea del Portillo (Granma), Villanueva se mostró com-



RESONANCE





placido con el trabajo y evidenció esperanzas en el logro de buenos resultados económicos, pese a las dificultades en la mayor de las Antillas.

Segmento solo para mayores de 18 años de edad y con el formato de todo incluido, Resonance abarca dos variantes diferentes, Musique y Blu, promocionadas al estilo de dos hoteles en un mismo resort; pero la invitación a disfrutar, apuntan sus creadores, está hecha en cada caso.

Así, la primera opción propone fiestas temáticas, crossfit, presentaciones de Djs y diversión sin fin;



mientras que la segunda se enfoca en la búsqueda de la tranquilidad mediante ejercicios de yoga, pilates, tai chi y talleres destinados a diversos aprendizajes, con un turismo enfocado en la salud y el bienestar.

Esta última zona es totalmente distinta a la Musique, de música continúa y de mucha fiesta; en la Blu se priorizan la relajación, el autococimiento, las técnicas de bienestar y los tratamientos de nutrición adecuada, todo con especialistas, explicó recientemente el delegado para el desarrollo de Resonance, Francisco Silva.

Ambos espacios mencionados dispondrán de Harmony Club, una alternativa que permite personalizar la estadía de los huéspedes, con acceso a aéreas exclusivas de la playa y bebidas Premium, entre otros beneficios.

Según datos oficiales, Blue Diamond Resorts opera en Cuba 58 hoteles y casi 13 mil habitaciones, y dispone de otras marcas como Royalton Luxury Resorts, Mystique by Royalton, Memories Resorts & Spa, Grand Memories Resorts & Spa, Starfish Resorts y Sanctuary at Grand Memories •DS



THE AI FOR TOURISM AWARDS 2025 PERTENECEN A VISITMADRIDGPT

La solución VisitMADRIDGPT ganó la segunda edición del concurso "The AI for Tourism Awards 2025", como parte de la Feria Internacional de Turismo de Madrid, específicamente del espacio de Know-How & Export.

Según los organizadores, al concurso se presentaron 12 opciones desarrolladas con Inteligencia Artificial, cuyas candidaturas se evaluaron en base a cinco criterios: grado de innovación, usabilidad, mejora de la experiencia del turista, originalidad y escalabilidad.

Dicha iniciativa, apuntaron reportes de prensa, está diseñada para ofrecer información, recomendaciones personalizadas y guías turísticas en tiempo real a quienes visitan Madrid.

También combina la capacidad de procesamiento de datos con el

entendimiento del lenguaje natural para responder preguntas sobre atracciones turísticas, restaurantes, eventos culturales y más.

Por otra parte, se celebraron

varias mesas redondas en esta cita del 22 al 26 de enero en IFEMA con el fin de impulsar la internacionalización.

De esa manera, Brasil y México divulgaron en Fitur Know-How & Export las oportunidades de negocio que ofrecen sus mercados para las empresas españolas con soluciones tecnológicas dirigidas al turismo.

Además, la Secretaría de Estado de Turismo de España distinguió a más de 40 destinos de esa nación como destinos turísticos inteligentes **•DS**



CRUCEROS EN EXPANSIÓN



Como nunca antes en la historia, el mundo de los cruceros evidencia actualmente una significativa expansión, la cual, según estimaciones a partir de reservas realizadas, puede alcanzar este año los 37 millones de pasajeros.

En una entrevista con el periódico *Correo Canadiense* en el contexto de la Feria Internacional de Madrid (Fitur), del 22 al 26 de enero en IFEMA, el editor jefe de la publicación digital *Cruceroadicto.com*, Jesús García, agregó que de dicha cantidad el 60 por ciento pertenece a países anglosajones.

Reino Unido, Estados Unidos, Australia, y Canadá sobresalieron entre las naciones mencionadas por el experto, quien también se refirió al crecimiento de España, el resto de Europa y Sudamérica.

A juicio de García, entre los organizadores de *Fitur Cruises*, en 2025 se notará el ascenso de precios para viajar en dichos barcos debido al elevado volumen de peticiones que permite hablar de un "boom" en este particular modelo de negocio.

Cifras expuestas por el entrevistado precisan que en el mundo hay 59 navieras y más de 500 barcos operativos para combinar la aventura y el viaje con la comodidad de un hotel, o simplemente disponer de la mezcla entre la exploración y el confort.

Otra tendencia para el presente año, comentó el especialista, será lo que se denomina *Vacaciones trabajando*, pues gracias a la conectividad en los nuevos cruceros muchas personas laboran en línea mientras sus familiares se acogen al descanso.

García manifestó que los destinos del Mediterráneo siguen estando en la preferencia de los cruceristas, aunque también comentó los positivos resultados del mar Caribe y el crecimiento de República Dominicana, que pasó de tener dos puertos a poseer ocho.

Hay navieras que han creado destinos caribeños exclusivos y también es notable el comportamiento de dicha actividad en Puerto Rico, San Martín y gran parte del Caribe oriental, explicó.

Igualmente, agregó, aparecen con esa condición Cozumel, en México; Cartagena de Indias, Colombia; Honduras y Panamá (con una modalidad que consiste en recorrer solo un área del Canal para presenciar las esclusas).

De acuerdo con sus organizadores, esta edición de *Fitur* tuvo la presencia de nueve compañías que abarcan todas las tipologías de cruceros disponibles en el mercado: Costa Cruceros, *Celebrity Cruises*, *Azamara*, *Norwegian Cruise Line*, *Oceania Cruises*, *Regent Seven Seas*, *Emerald Cruises*, *Emerald Spanic* y *Scenic Cruises* ●DS



Las recientes órdenes ejecutivas del presidente Donald Trump han generado incertidumbre en la industria del turismo en Estados Unidos. Las primeras acciones de su administración indican posibles cambios que podrían afectar la llegada de viajeros y la competitividad del país como destino turístico.

Uno de los principales impactos proviene del reforzamiento de los controles fronterizos. La implementación de medidas más estrictas en la revisión de documentos y solicitudes de visa podría alargar los tiempos de espera para turistas y viajeros de negocios. Este incremento en los procedimientos migratorios puede generar fricciones y desmotivar a quienes planeaban visitar Estados Unidos.

Además, la reducción de recursos gubernamentales destinados a los procesos migratorios es otro factor que preocupa a la industria. Un menor presupuesto para el personal encargado de la emisión de pasaportes y visas podría generar retrasos significativos, afectando la planificación de viajes y desalentando la llegada de turistas.

Las empresas del sector turístico también enfrentan el desafío de reformular la percepción internacional de Estados Unidos como destino. Los operadores turísticos y agencias de viajes podrían verse obligados a ajustar sus estrategias de marketing y promoción para compensar las preocupaciones de los viajeros ante los cambios en las políticas migratorias y fronterizas.

Otro aspecto relevante es el impacto en los viajeros con conciencia ambiental y sanitaria. Las decisiones de la administración en torno a temas como la sostenibilidad y la

QUÉ REPERCUSIONES TIENEN LAS ÓRDENES EJECUTIVAS DE TRUMP PARA LA INDUSTRIA DE VIAJES



respuesta a pandemias podrían generar rechazo entre un segmento de turistas cada vez más interesado en viajar a destinos comprometidos con el medio ambiente y la seguridad sanitaria. Esto podría traducirse en una disminución del turismo receptivo y una mayor preferencia por destinos alternativos.

Finalmente, la combinación de estas medidas podría derivar en nuevos desafíos para la industria

del turismo en EE.UU.. La reputación del país como un destino accesible y atractivo podría verse afectada, justo cuando la competencia global por atraer turistas se intensifica. Si bien aún no se conocen todos los efectos a largo plazo, los cambios en las políticas gubernamentales pueden generar barreras adicionales para los viajeros y complicar la recuperación del sector en un mercado cada vez más competitivo ●EE

QUE ANUNCIAN LOS LÍDERES DEL TURISMO EN FITUR2025



Los líderes del turismo
Escarrer, Piñero, Hyatt y Zozaya

El CEO de Meliá, Gabriel Escarrer, destacó en el marco de Fitur que la posible victoria de Donald Trump en EE.UU. podría beneficiar al turismo y resaltó la sólida presencia de Meliá en 13 de los 15 países más visitados del mundo. Además, anunció que la cadena hotelera está próxima a cerrar un acuerdo con una empresa familiar para entrar en Turquía, como parte de un plan de expansión que prevé sumar 70 nuevos hoteles en los próximos dos años, superando así las 100.000 habitaciones. Entre los destinos donde Meliá crecerá se encuentran Arabia Saudí, Maldivas, Seychelles y Argentina, con la incorporación de hoteles de lujo, incluido un Gran Meliá en Ushuaia.

Por su parte, Grupo Piñero, propietario de la marca Bahía Príncipe, conmemoró su 50º aniversario en Fitur con el lema "50 vueltas al sol", en

un evento que contó con la visita de los Reyes de España, Felipe VI y Letizia Ortiz. La compañía también anunció una alianza estratégica con Hyatt para operar 21 resorts en República Dominicana, México, Jamaica y España. Según Felicity Black-Roberts, vicepresidente de desarrollo y adquisiciones de Hyatt para Europa, Oriente Próximo y África, la compañía planea expandirse a 13 nuevos mercados en esta región de aquí a 2028, fortaleciendo su presencia global.

En paralelo, Alex Zozaya, exfundador de AMResorts y figura clave en la industria hotelera, se ha incorporado como consejero de Original Group en Cancún, propiedad de Diego de la Peña. Este grupo se especializa en hoteles solo para adultos y nudistas, un nicho en expansión dentro del sector turístico.

Otro anuncio importante en Fitur 2025 fue el de Rosewood Hotels &

Resorts, que confirmó la apertura de su primer hotel en República Dominicana: el Rosewood Punta Cana. En asociación con Grupo Puntacana, este nuevo resort de lujo abrirá en 2029 y representará una incorporación clave a la colección caribeña de Rosewood, que ya cuenta con hoteles en Bahamas, Bermuda, St. Barth y otros destinos exclusivos.

El Rosewood Punta Cana estará diseñado para reflejar el entorno natural y el legado cultural del país, con 78 amplias suites y villas sobre el agua. También ofrecerá una experiencia gastronómica de alto nivel con ocho restaurantes especializados, que incluirán un bar de destino, un restaurante gourmet y una parrilla en la playa. Entre sus amenidades destacará Asaya, el concepto de bienestar integrador de la marca, con tratamientos inspirados en ingredientes y técnicas locales, un gimnasio de última generación, piscinas, spa y un club infantil.

El resort estará ubicado dentro de Puntacana Resort, una comunidad exclusiva de 15.000 acres que alberga residencias de lujo, campos de golf de clase mundial, el centro de tenis Oscar de la Renta, tiendas y una reserva ecológica. Según Frank Elías Rainieri, CEO de Grupo Puntacana, esta alianza con Rosewood refuerza la visión de posicionar República Dominicana como un destino de lujo de primer nivel.

El anuncio del Rosewood Punta Cana en Fitur 2025 refleja la estrategia de expansión de la marca, que busca ofrecer experiencias inmersivas y exclusivas en destinos paradisíacos. Al unirse a otros proyectos en desarrollo en Barbuda y Bahamas, el hotel reafirma la apuesta de Rosewood por el Caribe como una región clave para el turismo de alto nivel ●EE



Design
Travel

www.designtravel.com

Diseñamos tu escapada



📍 600-3250 Bloor Street West Toronto, Ontario, Canada. M8X 2X9

☎ +1 (416) 235-1212, Toll Free: +1-888-598-7060

✉ booking@designtravel.com, comercial@designtravel.com

📘 Design Travel 📷 [designtravel_ca](https://www.instagram.com/designtravel_ca)