

NEGOCIOS Y PLACER

FEBRERO 2026
Nº 1 | AÑO 3

3

DESTINOS
EN AUGE

LA CIUDAD +
ATRACTIVA

&

CONSUMO
INVERSIÓN
REAL ESTATE
PLANES

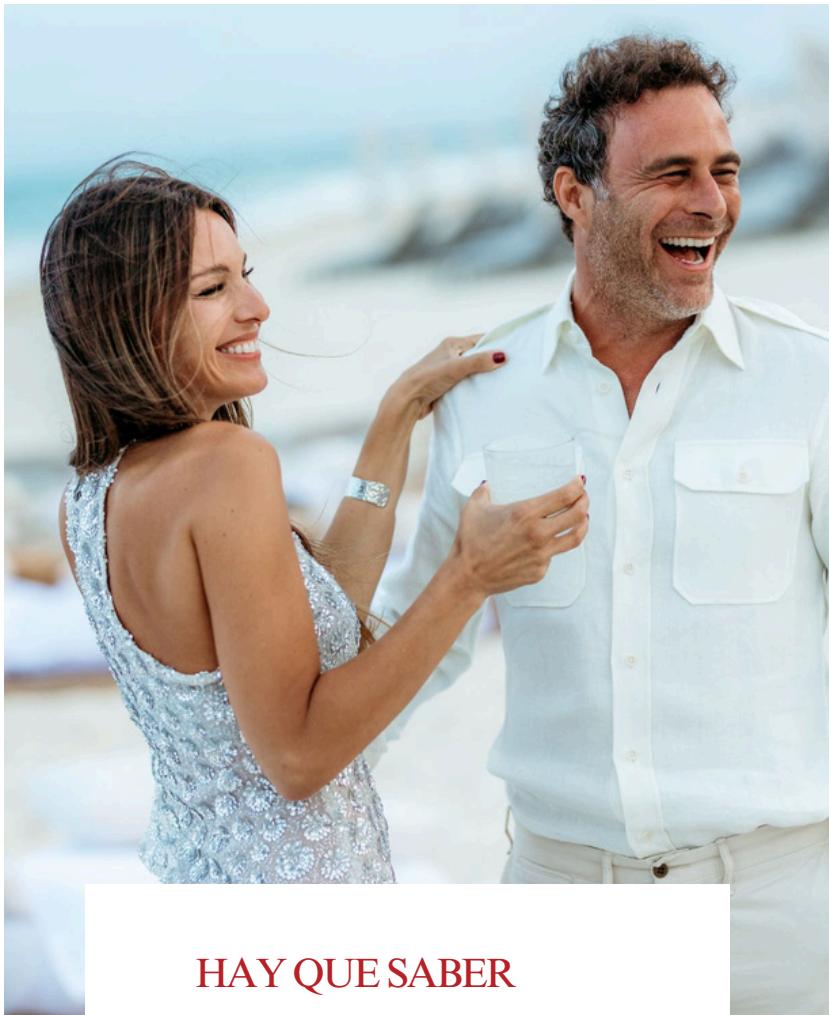
CLAVES
SOBRE
MERCADO
TURÍSTICO

Amor es
VIAJAR

PLANES IDEALES PARA **ESCAPADAS**
EN CLAVE ROMÁNTICA



SUMARIO



HAY QUE SABER

12 Pampita, amor en Cancún

La modelo celebró su cumpleaños 48 con pareja, amigos e hijos en un reconocido hotel de Isla Mujeres, en el Caribe mexicano. Todos los destalles del hospedaje y del festejo para la postal.

19 Nuevo líder de Emirates en el país

La aerolínea estrena Country Manager en Argentina. Su objetivo será agilizar procesos en el ámbito tecnológico. Con una dilatada trayectoria le contamos de quién se trata y cuál será su prioridad

22 Sustentabilidad y empresas

Aunque subió el porcentaje de empresas que presentaron su reporte de sustentabilidad en 2025, todavía queda mucho por andar. Conozca las áreas más responsables en la Argentina.



HAY QUE ESTAR

07 El Chaltén cervvecero

El nuevo refugio de Patagonia en esa localidad promete sabor y diversión

31 Sitios novedosos para visitar

Tres ciudades que han mejorado su conexión aérea y tienen todo para el turista argentino. Poco saturadas de turismo masivo son una excelente alternativa en verano o invierno.

36 Bal Harbour cumple 80

Uno de los destinos más anhelados por el turista que viaja a Miami celebra 8 décadas de su fundación. Bal Harbour Village se renueva y conserva el eterno glamour y lujo que supo cultivar a lo largo de los años.

CONSUMO

LO VEO Y LO QUIERO



Colosso Rosé

Fresco, vibrante y de espíritu joven, Colosso Rosé es una invitación a celebrar el amor sin formalidades, con naturalidad y disfrute. Nacido de la cofermentación de Malbec y Syrah en finca Los Amores, en Los Chacayes, Tunuyán, este rosado expresa la armonía perfecta entre fruta, frescura y equilibrio.

Precio sugerido: \$23.231.-

Día del Syrah

Cada 16 de febrero se celebra el Día Mundial del Syrah. Para Bodega Domiciano es una cepa importante porque se ha adaptado al suelo de su finca en Barrancas, Maipú, Mendoza. Este vino destaca por su expresión aromática donde sobresalen notas de frutos rojos como moras, frambuesas y grosellas.

Precio sugerido: \$19.700.-



Stanley 1913 x Anto

En Argentina el consumo de termos de acero creció 120% entre 2018 y 2023. Por eso Stanley sumó a Antonela como embajadora y lanzó una línea que “celebra el equilibrio entre movimiento y descanso, bienestar y estilo, intención y autenticidad”. La cápsula incluye tres productos: el Quencher Protour, el termo Mate System (foto) y el mate clásico.



Reloj Festina Cronógrafo

Festina Chrono Bike 2025 es la colección de la marca destinado a acompañar a deportes exteriores y que requieran marcación. El cronógrafo fusiona deporte y estilo. Hecho con acero robusto, viene en colores vibrantes y diseño icónico. El de la foto es el Modelo Chrono Bike 2025 I F20724.2.

El año que vivimos *del peligro*



Mel Gibson y Sigourney Weaver jamás imaginaron que la película que protagonizaron en 1982 terminaría siendo una metáfora perfecta para describir el turismo argentino en 2025. Pero aquí estamos, viviendo no en peligro, sino del peligro mismo, convertidos en equilibristas de cifras que bailan al ritmo de las conveniencias políticas.

La película transcurría en Yakarta, en medio de un golpe de estado. Nuestro escenario es menos épico pero igualmente dramático: salas de reuniones donde las estadísticas turísticas mutan según quién las presente. ¿Subió la ocupación? ¿Bajó? Depende de a quién le pregunes y, más importante aún, de qué necesite demostrar esa semana.

El verdadero thriller no está en los números sino en nuestra relación con la verdad. Hemos desarrollado una habilidad olímpica para maquillar datos, para encontrar el ángulo correcto que transforme cualquier desastre en triunfo. "Cayeron las llegadas internacionales pero subió el gasto promedio" (porque los pocos que vienen gastan más por desesperación). "Bajó la ocupación pero mejoró la calidad" (léase: cerraron los hoteles que carecían de estrategia de conversión, retención y fidelización año a año).

Billy Kwan, el fotógrafo de la película, decía que "hay que tomar partido". Y nosotros lo haremos: elegimos el partido de nuestra propia credibilidad. Cada vez que alguien manipula una estadística, cada vez que omitimos un dato incómodo, hipotecamos la confianza que tardamos décadas en construir como industria.

La ironía es deliciosa: en un país donde el turismo podría ser motor genuino de desarrollo, preferimos vivir del peligro que lo irreal atrae a largo plazo. Tal vez admitir problemas implica asumir responsabilidades, y eso, queridos lectores, es más aterrador que cualquier golpe de estado cinematográfico.

Febrero 2026
Año 3 | N° 1

Editora General
Marsolaire Quintana

Contacto y Suscripción
info@negociosyplacer.com
www.negociosyplacer.com

Instagram
[@nypmagazine](https://www.instagram.com/nypmagazine)

Negocios y Placer es un producto editorial de **Bleisure Press Group**. Todos los Derechos Reservados.

En la RUTA



Portal del NORTE Pampeano

Ubicada en el extremo norte de la provincia de La Pampa, esta región se consolida como un destino imperdible. Un itinerario que combina el relax de aguas termales, la adrenalina de los deportes, las actividades ecuestres y el legado vivo de pueblos que guardan la historia en sus fachadas.

+Info: www.turismolapampa.com/



Cerveza Patagonia inauguró refugio en El Chaltén

Cerveza Patagonia llega a El Chaltén con un nuevo Refugio que trae toda la magia cervecería que ya es un clásico en Bariloche. Un espacio pensado para relajarse después de un día de trekking, compartir con amigos y disfrutar sabores patagónicos en un ambiente cálido, amplio y con mucha identidad local.

El Refugio de El Chaltén es además uno de los pocos lugares del país que cuenta con la Octava Canilla, una propuesta disruptiva donde se sirven cervezas experimentales.

“Estamos felices de traer la experiencia de nuestra Cervecería de Bariloche a un lugar tan increíble como El Chaltén. Queremos que lo disfruten y lo hagan propio”, compartió Soledad Azarzoa, directora de Cerveza Patagonia.

Con 450 m², capacidad para 200 personas, dos plantas y un sector al aire libre, el nuevo Refugio Patagonia promete convertirse en un punto de encuentro obligado para quienes buscan buena cerveza en esa región.

Cocktails por San Valentín

NEGRESCO BAR ABRE SUS PUERTAS AL AMOR

Como parte de la celebración, **Negresco Bar** -en el *Palladio Hotel Buenos Aires*- suma una propuesta especial de cocktails inspirados en el espíritu de San Valentín. Del 12 al 15 de febrero, de 18 a 21 hs, el bar del hotel invita a disfrutar de creaciones pensadas para compartir, brindar y dejarse llevar por el momento, en un entorno elegante y relajado.

Reservas por WhatsApp: +54 911 3596-8870





Un verano con más Cielos Estrellados

En el corazón de Sierra de la Ventana, el paisaje diurno de cerros y quebradas se transforma al caer el sol. La ausencia de contaminación y la altura relativa del sistema serrano crean condiciones ideales para la observación astronómica

La Star Party de Puente Blanco, organizada por el Planetario CIASIVE, se realiza todos los viernes de febrero en uno de los puntos más altos y estratégicos de la región, reconocido por la calidad de sus cielos y la amplitud del horizonte. Lejos de las luces urbanas, la oscuridad se vuelve aliada y el cielo serrano despliega todo su potencial.

“La ciencia nos recuerda que nuestra existencia es improbable y sin embargo aquí estamos, caminando juntos en este instante único en la historia humana”, expresó Javier Gomez, a cargo del proyecto.

La actividad combina observación astronómica guiada con tecnología de seguimiento computarizado y sistemas láser que permiten identificar estrellas, planetas, cúmulos y nebulosas con precisión, incluso para quienes se acercan por primera vez a la astronomía. Las charlas y relatos adaptados a todo público suman claves científicas, mitológicas e históricas, transformando la observación en un viaje que va mucho más allá del telescopio.

Además, la propuesta tiene un fuerte espíritu comunitario abierto a vecinos, turistas, scouts, estudiantes y jubilados, que lo viven como un encuentro inclusivo, educativo y festivo, donde la ciencia se comparte de manera cercana. El cierre gastronómico con pizzas libres, un clásico de la comarca, completa una experiencia que integra conocimiento y disfrute en un mismo plan nocturno.

+Info: www.tierraventana.com.ar | +542915094696

InterContinental Buenos Aires: alta gastronomía y romance



El próximo 14 de febrero, el reconocido **Restaurante Mediterráneo**, del InterContinental Buenos Aires, será el escenario de una **Cena de San Valentín** que incluye un exquisito menú de cinco pasos, acompañado de bebidas sin alcohol, vinos de Bodega Trapiche, copa de espumante Costa & Pampa y música en vivo, creando un clima íntimo y sofisticado.

Valor: ARS\$99.000 p/persona (IVA incluido)
WhatsApp 11 4031-6032 | eventos/ayb@ihg.com

Para quienes deseen extender la celebración, el hotel ofrece además un paquete romántico que concluye con **una noche para dos personas en habitación Premium**, menú de cinco pasos en el Restaurante Mediterráneo, amenidad de bienvenida con frutas frescas, dulces y champagne, desayuno buffet, acceso a la piscina climatizada y late check-out.

Disponible desde \$409.000 + IVA
Tel. 11 4340-7101 | bueha.reservas@ihg.com

UN PLAN SIN GLUTEN DE ALMIRANTE DÖNN
Romance Cervecero



El primer bar de fábrica 100% libre de gluten de Latinoamérica abre su planta en Almagro para una cita inolvidable: tour exclusivo, catas artesanales y picada TACC-free. Perfecto para parejas que brindan sin preocupaciones este febrero.

Viernes 13 febrero 2026, 19h – Experiencia cervecería íntima

Recorrida por la fábrica (materias primas, procesos, embotellado) + tabla de 4 medias pintas a elección. Carta veraniega sin gluten para maridar.
Lugar: Sarmiento 3263, Almagro – CABA
Valor: \$12.000 p/p (cupos limitados)
Reserva previa: WhatsApp +54 9 11 3010 5978

Cerveza Almirante Dönn – 0 ppm gluten natural, más premiada de Argentina.
Horarios: vie/sáb 18-0oh.

Conecta: almirantedonn.com
[@almirantedonn](https://www.instagram.com/almirantedonn)



O

*Fotos: Grand Palladium Select Costa Mujeres y
Palladium Hotel Group*

PAMPITA

Cumpleaños en Costa Mujeres

La modelo y presentadora argentina celebró sus 48 años con el mejor plan: sol y playas paradisíacas junto con sus seres queridos en Costa Mujeres y Riviera Maya.

Palladium Hotel Group fue elegido por la modelo Carolina "Pampita" Ardochain para celebrar su cumpleaños en una de las locaciones más lindas. Durante su estancia, Pampita y su familia se alojaron en una Signature Suite de Family Selection, una de las categorías más exclusivas de Grand Palladium Select Costa Mujeres, parte de Palladium Hotel Group ubicado en Costa Mujeres, México. Con una superficie aproximada de 123 metros cuadrados, la suite cuenta con dos habitaciones independientes de alto nivel, un amplio living comedor, dos baños, terraza con piscina swim up privada y vista directa al mar Caribe, ofreciendo un equilibrio perfecto entre amplitud, privacidad y confort.

Pampita celebró su cumpleaños junto a la playa del Resort Family Selection

at Grand Palladium Select Costa Mujeres con una experiencia cuidadosamente diseñada donde el estilo boho chic marcó la atmósfera: mesas en tonos blancos, arena y beige, texturas naturales, cojines bajos sobre la playa y una iluminación cálida que acompaña el ritmo nocturno.

“

**Amor es
VIAJAR**

”

El escenario fue ambientado con caminos iluminados, un teepee decorativo y columpios frente al mar, creando una atmósfera acogedora y cuidada en cada detalle.

Con la llegada de la noche, una fogata frente al mar aportó calidez al encuentro, mientras la música y una pista de baile invitan a disfrutar sin prisas. La velada cerró con un show de fuego que iluminó la playa y selló una celebración marcada por el disfrute y el espíritu del Caribe.

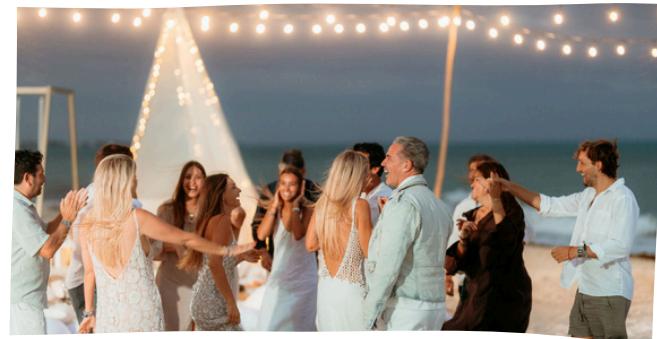
Para continuar la celebración, Pampita se trasladó al corazón de la selva de la Riviera Maya, donde Grand Palladium Kantenah Resort & Spa despliega una experiencia completamente renovada, con habitaciones modernizadas y una conexión privilegiada con la naturaleza.

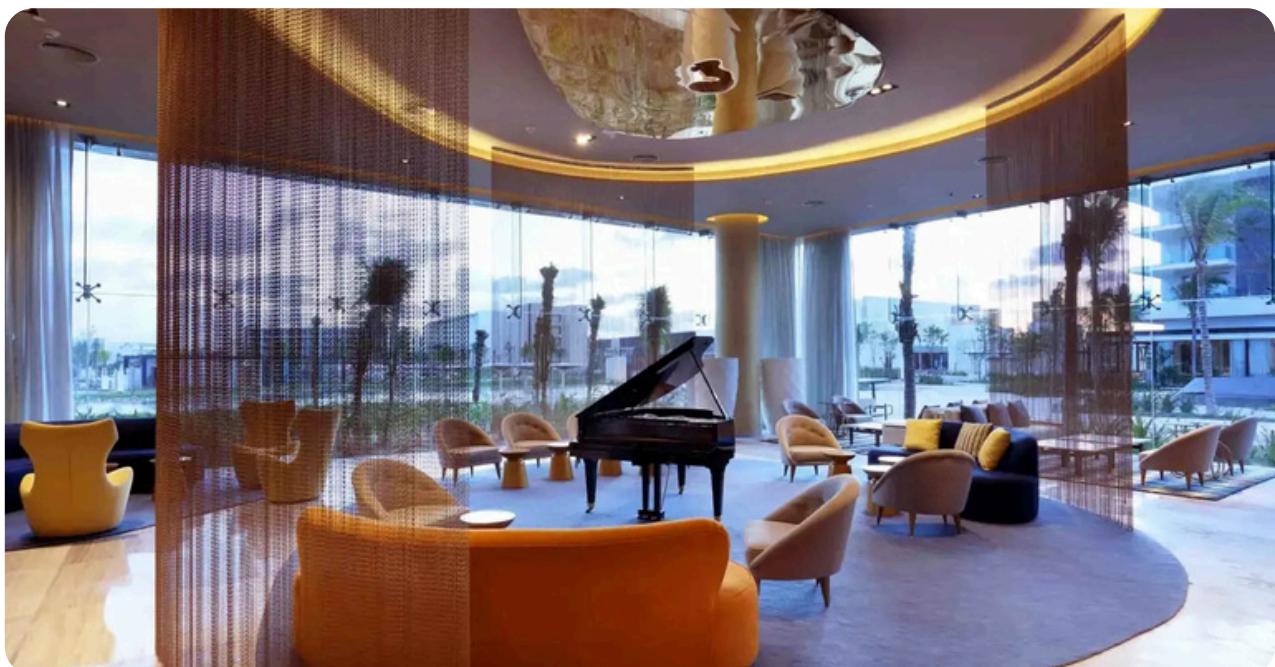
Sus restaurantes de especialidad a la carta convierten cada comida en un viaje sensorial, elevando la experiencia gastronómica a un nivel superior.

Uno de sus sellos distintivos es el gastroshow BRAVO Dinner & Dance, una propuesta envolvente que fusiona alta cocina con espectáculos en vivo, en donde los cantantes y los bailarines acompañan toda la cena y transforman la noche en un recuerdo inolvidable.

La experiencia se completa con Family Selection, que ofrece gastronomía premium, playa privada con bebidas selectas, Mini Club y Junior Club y un exclusivo spa (con costo adicional), para quienes buscan descanso, diversión y lujo en un entorno natural incomparable.

El amor, en todas sus formas, se celebra mejor en un lugar paradisíaco como el Caribe mexicano.





El *Pingüino Nihilista*

Del documental **Encuentros en el fin del mundo** (2007), del director alemán Werner Herzog, un clip ha recobrado notoriedad recientemente. El narrador señala que un pingüino Adelia se retiró de su grupo en la Antártida y caminó hacia la nada. Esta imagen ha suscitado miles de comentarios y apreciaciones 19 años más tarde: desorientación por anomalía, aislamiento voluntario. genialidad... claro, todo desde la óptica humanizadora del comportamiento animal. Por supuesto, sobran las parábolas corporativas sobre la imposibilidad de hacer, el desafío de la distancia, los dilemas éticos en las empresas, el edadismo , el avance de la IA y demás hierbas de LinkedIn. ¿Y a vos, qué te parece esta imagen?

Récord de visitantes para MESSE FRANKFURT ARGENTINA

En 2025, más de 100 mil visitantes de todas partes del mundo asistieron a las expos organizadas por Messe Frankfurt Argentina que llevó a cabo en el país.

Según el último informe anual elaborado por la empresa, 108.103 visitantes participaron de las exposiciones y congresos que la empresa organizó en la Ciudad de Buenos Aires para mercados como la minería, finanzas, textil, energía e iluminación, oil & gas y el negocio ferretero. Al mismo tiempo, estos eventos fueron aprovechados por más de 1.300 expositores para posicionar sus productos y soluciones.

Para **Fernando Gorbarán, CEO local** de la compañía, “El fenómeno económico que se produce a partir de la realización de un evento excede sus propios límites. El turismo derivado de nuestra actividad no solo potencia la generación de nuevos negocios, sino que al mismo tiempo activa toda una serie de sectores colaterales que hacen al funcionamiento de las exposiciones”.

En efecto, una de las consecuencias que genera esta industria es el denominado **turismo MICE**, que refiere a los visitantes que llegan el país para participar de ferias, congresos y exposiciones y gastan más dinero que los turistas tradicionales.



Fernando Gorbarán, CEO de Messe Frankfurt Argentina

Según la Asociación Argentina de Organizadores y Proveedores de Exposiciones, Congresos, Eventos y De Burós de Convenciones (**AOCA**), este segmento representa alrededor del 25% del turismo internacional que ingresa a Argentina y en 2024 generó **3,45 billones de pesos en** el país.

A lo largo del año, la compañía alemana junto a sus subsidiarias realizó 346 eventos en todo el mundo, con un aproximado de 95.500 empresas expositoras y unos 4,9 millones de visitantes (300.000 más que el año anterior).

Emirates designa nuevo Country Manager para Argentina

Además, argentinos disfrutan del beneficio adicional de viajar a Dubái sin visa

Emirates anunció el nombramiento de Ciro Camargo como nuevo Country Manager de la aerolínea en Argentina.

En este rol, Camargo apoyará los objetivos comerciales de Emirates en el país y supervisará las operaciones localmente. El ejecutivo estará asentado en Buenos Aires y reportará a Stéphane Perard, Regional Manager de Emirates para América Latina, con sede en São Paulo.

Camargo se incorpora a Emirates con una amplia experiencia en la industria de la aviación en la región. Con una trayectoria de más de 18 años desempeñando cargos de liderazgo senior en la industria aérea, se encuentra bien posicionado para conformar un equipo sólido que respalde las operaciones de Emirates en Buenos Aires e impulse la innovación para garantizar la excelencia operativa continua en el país.

Camargo es Doctor en Administración de Empresas y Master of Business Administration por Toulouse Business School, y obtuvo su Licenciatura en Administración de Empresas en la Universidad de Canberra. Es brasileño de nacimiento y domina el inglés y el español, además del portugués.

Emirates opera en Argentina desde 2012 y recientemente amplió su servicio a frecuencia diaria, para atender a los clientes que viajan entre Dubái, Río de Janeiro y Buenos Aires. El aumento de la frecuencia de vuelos y de la capacidad semanal, que destaca la importancia estratégica de la región.



SITA renueva su alta gerencia en la región



George Miley, nuevo VicePresidente de SITA

George Miley fue designado como nuevo Vicepresidente para América Latina y el Caribe de la SITA, en reconocimiento a su profunda experiencia en desarrollo comercial.

Miley cuenta con una trayectoria consolidada dentro de SITA, liderando esfuerzos de desarrollo de negocio y promoviendo la adopción de soluciones tecnológicas que impulsan tanto la eficiencia operativa como la satisfacción del pasajero.

Además, George ha sido una voz destacada en la promoción de la digitalización y sostenibilidad en la región, defendiendo soluciones que responden a las expectativas de los viajeros latinoamericanos, quienes muestran una de las mayores tasas de adopción de experiencias digitales en el mundo y una fuerte preferencia por sistemas más simples, confiables y sostenibles.

“Estoy entusiasmado por trabajar junto a nuestros clientes y socios para co-crear soluciones que impulsen el desarrollo sostenible del transporte aéreo”, señaló el flamante VP.

Por su parte, Shawn Gregor, Presidente de SITA para las Américas, comentó: “La designación de George como Vicepresidente para América Latina y el Caribe refleja nuestra apuesta por reforzar el liderazgo regional en soluciones digitales”.



Luigi Bosca: Mejor Bodega del Nuevo Mundo

Luigi Bosca brilla en Nueva York con el Wine Star Award de Wine Enthusiast, coronándose como la bodega insignia del Nuevo Mundo. Un hito que fusiona 125 años de tradición mendocina con innovación audaz, reinterpretando el Malbec de altura para paladares globales.

En una gala estelar en la Gran Manzana, la familia Arizu –Ing. Alberto, Alicia Mateu, Alberto (h) y Victoria– recogió el galardón a Mejor Bodega del Nuevo Mundo. Representando tres generaciones, celebraron una trayectoria que eleva la elegancia de los Andes a la élite vitivinícola.

Legado y vanguardia en los Andes
Desde suelos extremos bajo la Cordillera, Luigi

Bosca ha dominado terrenos impensados, forjando vinos de lujo que interpretan –nunca imponen– la naturaleza. Wine Enthusiast elogia su "siglo de vinificación premium, Malbecs excepcionales y excelencia mendocina", proyectándola como referente global.

Alberto Arizu (h), presidente ejecutivo de cuarta generación, emocionó en su discurso: "Venimos del Nuevo Mundo, pero con 125 años remasterizando el vino argentino. Este premio confirma nuestro camino: vinos que emocionan, honrando raíces con convicción futura."

“Estamos en la ruta correcta, comprometidos con la pasión que nos define”

Alberto Arizu (h)

El desafío de la sustentabilidad



Un análisis realizado por el equipo de Sustentabilidad de SMS Buenos Aires, reveló que el 47% de las empresas en la Comisión Nacional de Valores (CNV) de Argentina presentó información relacionada con algún aspecto ambiental, social o de gobernanza (ASG) durante 2025.

La cifra es superior al 38% informado en el relevamiento anterior, aunque este incremento se explica, en parte, por una reducción en el universo de empresas listadas. En términos absolutos, la cantidad de organizaciones que reportan información ASG se mantiene prácticamente sin cambios respecto del año previo.

Por otra parte, ninguna de las empresas listadas bajo las categorías de pymes ha divulgado bajo estándares internacionales información relacionada con sustentabilidad.

Valor de la información ASG

En 2025, el 93% de los reportes presenta un mayor nivel de calidad, frente al 87% registrado en 2024. La investigación de SMS permitió observar que los estándares más utilizados son GRI (Global Reporting Initiative) y SASB (Sustainability Accounting Standards Board), siendo el primero utilizado por el 96% de las organizaciones reportantes, mientras que SASB experimentó un salto interanual del 45% al 60% de los casos, a modo de complemento de GRI.

Entre los sectores que más reportan se destacan empresas de energía (28%), servicios financieros (21), industrial (9%) y oil and gas (7%), automotriz (3%) y agroindustria (3%).

Vale mencionar que la totalidad de empresas de energía listadas reportan su información ASG bajo estándares internacionales. Distinto es el caso de las entidades financieras, entre las que se observa una mayor disparidad: el 60% no reporta ningún tipo de información de sostenibilidad, pero dentro de las que reportan, lideran el segmento de reporte integrado con el 62% del total bajo esta modalidad

Impacto en la huella de carbono

Un nuevo enfoque incorporado en esta edición fue la evaluación del rol que ocupa la medición de la huella de carbono en las empresas, a fin de comprender en qué medida este aspecto comienza a integrarse en sus prácticas de gestión y reporte.

Al analizar específicamente la medición de la huella de carbono, se observa que el 40% de las empresas relevadas declara medir su huella, mientras que un 60% indica no hacerlo. Este dato pone de manifiesto que, si bien la medición de emisiones comienza a ganar espacio dentro de la agenda corporativa, aún falta camino para consolidar una práctica generalizada entre las empresas listadas.



Lucas Utrera, Socio de Sustentabilidad en SMS

“

Esperamos que la tecnología contribuya a la adopción de estas prácticas.

Desde 2008, SMS Latinoamérica ha sido admitida como miembro pleno del Foro de Firmas, un comité independiente de IFAC (Federación Internacional de Contadores) que agrupa a las firmas del mundo que operan bajo estándares internacionales de auditoría y control de calidad.

Ser o no ser sustentable, esa es la cuestión



por **Bárbara Elliott**

La autora fundó *Be Hospitality*, consultora dedicada a este tema. Hoy es **Líder de Sustentabilidad** en las cadenas hoteleras *Howard Johnson & Days Inn*.

En la práctica, muchos hoteles se autodenominan "verdes" por implementar acciones necesarias como reciclar papel, invitar a la reutilización de toallas o donar mobiliario obsoleto.

Si bien estos son pasos valiosos y un excelente punto de partida, el concepto de sustentabilidad actual requiere una evolución hacia una conciencia integral. No se trata solo de aplicar medidas aisladas, sino de adoptar una identidad responsable.

LOS 3 EJES DEL "SER SUSTENTABLE"

Siguiendo los lineamientos de la Organización Mundial del Turismo (OMT), ser sustentable implica una plena conciencia del impacto actual y futuro —e incluso del pasado— en tres ejes fundamentales:

* **Eje Ambiental:** No es solo "no contaminar", sino respetar activamente las tierras, el paisaje, la flora y la fauna que dan vida al destino.

* **Eje Social:** El hotel deja de ser una unidad de negocio aislada para integrarse a su entorno. Significa resaltar la cultura local, trabajar de la mano con proveedores de la zona y priorizar la capacitación del personal local.

* **Eje Económico:** Aquí la conciencia se traduce en rentabilidad.

Cuando la sustentabilidad se encuentra con la eficiencia, ocurre la magia. Los servicios (luz, agua, gas) suelen ser el segundo costo operativo más alto de un hotel después de los sueldos. Implementar luminaria de bajo consumo, sistemas de reutilización de agua o tecnología eficiente no es solo "salvar el planeta"; es inteligencia financiera y mayor compromiso con el futuro del negocio.

Vivenciar la experiencia en FITUR este año confirma que esta visión es urgente. Según datos de Wyndham

Hotels & Resorts, el 78% de los huéspedes ya manifiesta su deseo de alojarse en establecimientos certificados. En los pabellones de conocimiento de la Feria, se consolidan dos grandes tendencias:

TENDENCIAS DESDE MADRID: “RESPETURISMO Y AI AGÉNTICA”

1. El "Respeturismo": Un concepto que define al turismo que no invade, sino que se integra y respeta profundamente el ecosistema local.

2. “AI Agéntica”: Inteligencia Artificial como “Cerebro Operativo”: La IA ya no se limita a responder preguntas de clientes en un chat. Hoy, actúa como un cerebro que optimiza la eficiencia operativa en tiempo real: desde predecir la capacidad de carga para evitar la sobreexplotación de recursos, hasta gestionar automáticamente el clima y la energía de un edificio basándose en datos de ocupación y clima exterior. La tecnología, bien utilizada, es la palanca que permite tomar decisiones basadas en evidencia.

HOWARD JOHNSON Y DAYS INN: MANOS A LA OBRA

Mientras gran parte del mundo sigue analizando el "cómo", en la cadena Howard Johnson y Days Inn decidimos pasar a la acción. Para nosotros, la sustentabilidad ya es un eje transversal que atraviesa a todos los equipos humanos del hotel.

No nos basamos en teorías, sino en estándares globales bajo la certificación internacional Wyndham Green. Los resultados de esta gestión activa son concretos:

- * En los últimos dos meses, logramos que 5 se sumen a la certificación.
- * Esto nos posiciona con casi el 80% de nuestra cadena certificada.
- * Nuestro objetivo para este año es ambicioso y claro: llegar al 100% de los hoteles certificados. Lograr esto requiere una base cultural sólida: la conciencia de los directivos, del equipo operativo y de cada colaborador.

La sustentabilidad es un camino continuo, no un destino final. Parafraseando a Shakespeare, “en Howard Johnson y Days Inn ... Estamos Siendo”.



Hotel Howard Johnson Ezeiza, uno de los puntales de sustentabilidad de la cadena

Santex expande su operación a México



Juan Santiago, CEO y Founder de Santex

Santex, empresa global con más de 26 años de trayectoria en ingeniería de software e inteligencia artificial, anuncia el inicio de sus operaciones en México. La expansión forma parte de su estrategia de crecimiento en América Latina y refuerza su posicionamiento como socio tecnológico de alcance global.

La llegada al mercado mexicano responde a una decisión estratégica. En un contexto internacional fragmentado, las compañías buscan aliados confiables y alineados con sus valores. Santex apuesta por un modelo de value-shoring, donde la confianza, la calidad y la cercanía cultural resultan claves. México se consolida así como un punto estratégico para conectar talento latinoamericano con la demanda tecnológica global, especialmente de Estados Unidos.

Los equipos que se conformen en México trabajarán principalmente en proyectos internacionales, con foco en clientes del mercado estadounidense. En estas iniciativas, el software y la IA funcionan como habilitadores estratégicos para optimizar procesos.

En línea con este objetivo, la empresa abrió vacantes para ingenieros mexicanos de alto nivel. Las oportunidades incluyen posiciones senior en Full Stack, Backend, Datos e Inteligencia Artificial o Machine Learning. El objetivo es conformar equipos locales con talento cien por ciento mexicano, integrados a una comunidad tecnológica global.

Celeste Torresi, Chief Culture Officer de Santex, destacó que la compañía promueve una cultura orientada al impacto: “Buscamos profesionales que quieran crear tecnología con propósito y formar parte de proyectos internacionales reales”, señaló. Las búsquedas activas pueden consultarse a través de LinkedIn y en la página de carreras de la empresa.

Fundada en 1999, Santex cuenta con sedes en Estados Unidos, Argentina, Perú y el Reino Unido. Hoy reúne cerca de 1.000 colaboradores distribuidos en 18 países y más de 100 ciudades. Desde hace 26 años, mantiene altos estándares de calidad, medidos por evaluaciones constantes de sus clientes y sólidos niveles de satisfacción.



Gemini para los viandantes

Google anunció que la navegación de Google Maps con Gemini ya está lista y disponible para peatones y ciclistas, marcando una nueva forma de moverse por la ciudad. Ahora, mientras las personas caminan o andan en bicicleta, Gemini las puede acompañar.

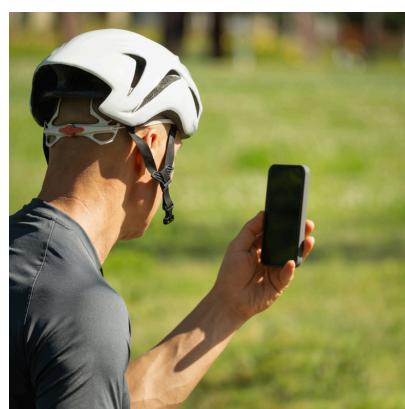
Al caminar, las personas pueden preguntarle a Gemini en qué barrio están, cuáles son los restaurantes mejor calificados por la zona, etc., y la IA les recomendará la mejor ruta, basándose en la información actualizada y completa de Google Maps.

Al andar en bicicleta, la experiencia es manos libres, para que las personas estén seguras y enfocadas en su camino. Se le puede consultar a Gemini la hora estimada de llegada, el horario de la próxima

reunión o incluso pedirle que envíe un mensaje de texto si estás llegando tarde.

¿Dónde está disponible?

Ya está activa a nivel mundial en dispositivos iOS en todas las regiones donde Gemini está disponible y se está implementando en Android.





Dispositivos inmersivos Spatial Signage 3D,
sin gafas, de Samsung



Smart Connect de Motorola y Lenovo



Huawei lanzó la serie de móviles Pura 80, de alta gama



Stand de Jhonn Deere en ExpoAgro 2026

TECNO
INSPIRACIÓN



Buenos Aires, la más *atractiva*

Imaginarios de una urbe con **alta recordación**

#1

Gente apasionada

Apasionado por naturaleza, el porteño posee la cualidad de aseverar con gran seguridad su posición en el mundo. Abierto, solidario, amable y sarcástico a un mismo tiempo, los nacidos en Buenos Aires tienen amor por sus costumbres más arraigadas: el asado familiar, la noche con amigos y la capacidad de resolver (casi) cualquier problema.



Fútbol y mate: dos formas de compartir para los argentinos, en especial para los porteños.



◀ *Japoneses, venezolanos, rusos o ucranianos, conviven todos en la capital argentina.*

#2

Multiculturalismo

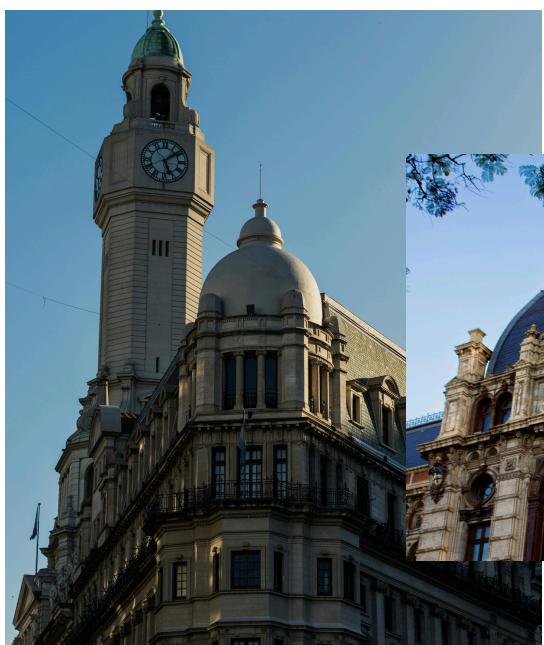
Con una sociedad compuesta por varias generaciones de migrantes provinciales e inmigrantes de todo el planeta, Buenos Aires es diversa y cosmopolita. Eso le permite al porteño ser un anfitrión ejemplar y a pesar de las diferencias, gana siempre la integración y la tolerancia.



#3 Cualidad multicolor

El diseño gráfico, la expresión artística y la creatividad forman parte habitual del paisaje urbano.

Barrios repletos de color como San Telmo o La Boca son parte de la postal urbana



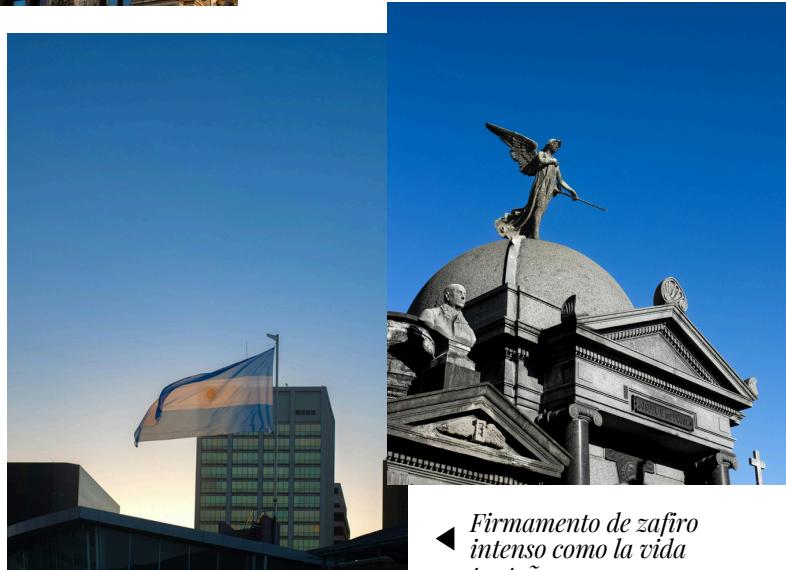
◀ Edificios históricos son atractivos para los turistas

#4 Vestigios de Europa

El patrimonio edificado de Buenos Aires es uno de los más variados de Sudamérica. Aquí conviven capas arquitectónicas de distintas épocas, convirtiendo la ciudad en un museo a cielo abierto. La modernidad contrasta con este catálogo de influencia europea, muy apreciada por los visitantes para sus fotos.

#5 Cielos de película

Rosalía, la cantante catalana, lo dijo; pero todos lo pensamos desde siempre. El azul celeste del cielo en el Río de la Plata es un gran atractivo para propios y extraños. Ennoblecen la ciudad y le dan un carácter abierto y una dimensión que, por momentos, registra una espectacularidad difícil de igualar en otras latitudes.



◀ Firmamento de zafiro intenso como la vida porteña



Marketing de Destinos

3 ciudades para redescubrir en 2026



Tirana, capital de Albania

Frente al cada vez más saturado circuito de destinos turísticos de Europa y Brasil, surgen tres alternativas que están siendo respaldadas por las aerolíneas. Ahora, son más accesibles y esperan por nuevos visitantes, entre ellos los argentinos.

Un nuevo ciclo de ciudades menos visibilizadas por las grandes agencias es la clave del comportamiento del mercado turístico y de sus dinámicas de posicionamiento de destinos más amables y menos masivos. Acompañados por relanzamientos de conexiones aéreas que las ponen en el catálogo de las agencias.

Tirana, la capital albana en auge para aventureros

Tirana, capital vibrante de Albania, emerge como hotspot para viajeros argentinos. Turkish Airlines –la aerolínea con vuelos a más países del mundo– relanzó su ruta con 7 frecuencias semanales desde Estambul, potenciando conexiones a los Balcanes vía su red global. Así se tiene fácil acceso desde Argentina hacia ese destino emergente.

Su energía, sus murales coloridos, historia otomana y mezcla de culturas la hacen perfecta para viajes urbanos, culturales y gastronómicos. Los Balcanes ganan fans argentinos

por su autenticidad low-cost y clima ideal.

5 paradas imperdibles en Tirana

Plaza Skanderbeg: Corazón histórico con mezquita E'them Bey, reloj otomano y museos que narran la independencia albanesa.

Blloku, el barrio trendy: Exclusivo comunista convertido en zona hipster con bares, cafés orgánicos y street art –ideal de día o noche.

Bunk'Art 1 y 2: Búnkeres convertidos en museos inmersivos sobre la era comunista; historia viva y escalofriante.

Gastronomía balcánica: Byrek, tavë kosi y mariscos frescos en mercados como Pazari i Ri – sabores auténticos y económicos.

Lago artificial y Dajti Express: Teleférico a la montaña para vistas panorámicas, hiking y contraste urbano-natural.

Con esta fusión de historia, street

vibe, comida y naturaleza accesible, Tirana conquista a argentinos en busca de destinos off-the-beaten-path y refuerza los Balcanes como región trendy.

Maceió, el destino en auge del nordeste brasileño para argentinos

Maceió, capital de Alagoas, lidera las tendencias de viaje entre argentinos. Smiles Argentina detecta un boom de interés por esta joya del nordeste, impulsado por vuelos todo el año y la búsqueda de alternativas frescas más allá de los clásicos brasileños.

Su clima cálido eterno, playas cristalinas, cultura vibrante y gastronomía irresistible la convierten en un destino versátil: relax playero, naturaleza y vida urbana en un solo paquete. El nordeste gana terreno gracias a esta conectividad creciente.

5 paradas imperdibles en Maceió

Pajuçara y piscinas naturales: Balsas tradicionales te llevan a aguas

Itideales para snorkel y relax.

Barrio histórico de Jaraguá: Calles con museos, bares y restaurantes que revelan la historia y el pulso urbano, día y noche.

San Miguel de los Milagros: Playas vírgenes y posadas boutique a minutos de la capital, perfectas para parejas o escapadas tranquilas. ¡El favorito creciente de los argentinos!

Gastronomía de Alagoas: Mariscos frescos, recetas nordestinas y fusiones modernas que conquistan paladares.

Cañón del río San Francisco:

Aventura con formaciones rocosas y paseos en bote para un toque épico. Con esta mezcla de playa, cultura, naturaleza y sabores, Maceió seduce a los argentinos.

Planificá con Smiles Argentina

Reservá pasajes hasta 11 meses antes, congélá precios (millas o mix con pesos), pagá el resto 60 días previos.

Solo tasas + servicio al inicio (Club Smiles: \$15.500; Smiles: \$18.000).



“
Un nuevo
ciclo con más
conexiones
áreas

”

Maceió, eje central del estado brasileño de Alagoas



Vancouver, todo por descubrir en el Mundial de Fútbol



Vancouver, joya urbana y sede del Mundial 2026

Vancouver, capital de la Columbia Británica, conquista a viajeros con su mix de rascacielos, naturaleza salvaje y vibe multicultural. American Airlines, que opera directo desde Buenos Aires y Córdoba, amplía opciones con conexiones fluidas a su hub en Dallas, facilitando accesos todo el año a la costa oeste canadiense.

Clima templado, océano Pacífico, montañas y escenas gastronómicas la posicionan como destino versátil: aventura, relax urbano y experiencias sostenibles. Canadá gana terreno entre argentinos por su conectividad y oferta premium.

5 paradas imperdibles en Vancouver:

Stanley Park: Pulmón verde con senderos, acuario y seawall para bici o patín – naturaleza en el corazón de la ciudad.

Gastown y Steam Clock: Barrio histórico con tiendas boutique, cafés y el icónico reloj a vapor.

Granville Island: Mercado público con artesanías, mariscos frescos y food trucks –paraíso gastronómico y cultural.

Capilano Suspension Bridge: Puente colgante sobre cañones, tirolesa y árboles milenarios; adrenalina con vistas épicas.

Gastronomía fusion: Salmón salvaje, dim sum asiático y craft beer en spots como Chinatown – sabores globales en un solo plato.

Volá con American Airlines

Ruta Argentina-Vancouver vía Dallas, con frecuencias ideales. Reservá ahora y aprovechá millas AAdvantage para flexibilidad total.

Bonus Track

Dos destinos muy buscados en distintas plataformas: crece en preferencia el Caribe (sin sargazo) y distintas urbes asiáticas.



#1

Kyoto, encanto imperial

La antigua capital, situada al oeste, se muestra como un lugar más tradicional para los turistas.



#2

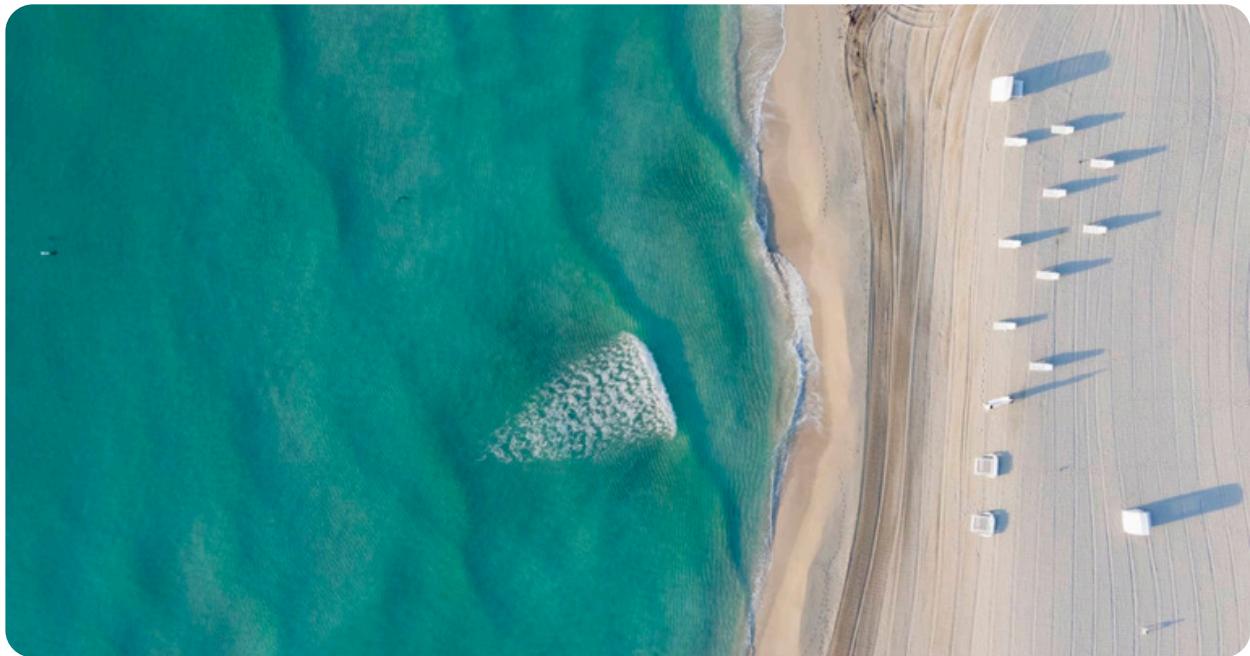
Islas Caimán

Arenas blancas, fauna marina y aguas cristalinas, este destino del Caribe tiene todo para atraer a los argentinos.

80

Bal Harbour Village

La joya estelar del sur estadounidense



En 2026, Bal Harbour Village alza la copa a sus ochenta años de historia, reafirmando su estatus como el enclave más refinado, exclusivo y anhelado del sur de Florida.

Desde sus raíces, esta comunidad ha encarnado la visión audaz, la planificación meticulosa y la excelencia inquebrantable, erigiéndose como un faro internacional de hospitalidad suprema, compras de lujo, arte vibrante, gastronomía sublime y un estilo de vida que susurra promesas de perfección.

Una historia de visión y transformación

La saga de Bal Harbour se inicia en 1929, cuando Miami Beach Heights —bajo el mando del industrial Robert Graham, flanqueado por los visionarios Carl Fisher y Walter O. Briggs— reclamó las tierras vírgenes que darían vida a una urbe soñada desde la nada. El célebre estudio Harland Bartholomew & Associates trazó un lienzo urbano de vanguardia: estándares elevados, servicios inigualables y un alma cívica que palpitaba con identidad.

En 1946, Bal Harbour Village se incorporó formalmente, y ese mismo año inauguró su primer hotel, un portal a la metamorfosis.

Pronto, el lugar se transmutó en un bastión de sofisticación, con resorts al borde del mar que magnetizaron a celebridades, dignatarios y leyendas de la cultura americana. En las décadas de 1950 y 1960, junto a Miami Beach, se la coronó como la “Riviera Americana”, recibiendo a íconos como Frank Sinatra y su Rat Pack, Count Basie, Guy Lombardo, Lauren Bacall, Grace Kelly y Humphrey Bogart, entre otros titanes del glamour.

El año 1965 marcó un giro estelar: Stanley Whitman desveló Bal Harbour Shops, el primer centro comercial de lujo al aire libre del país. Su selección exquisita —con pioneras como Cartier, Bulgari, Prada y Louis Vuitton— catapultó a Bal Harbour al epicentro del lujo planetario. Hoy, este santuario emprende una ampliación ambiciosa que custodia celosamente su silueta única, reconocida en los confines del mundo.

Un destino vibrante del siglo XXI

En el umbral del nuevo milenio, Bal Harbour evolucionó sin traicionar su esencia primordial. Hitos como la apertura del St. Regis Bal Harbour Resort (2012), el Ritz-Carlton Bal Harbour (2016), el complejo Oceana con esculturas de Jeff Koons

(2017), el nostálgico Sea View Bal Harbour — querido por generaciones de argentinos— y las residencias Beach Haus, junto a programas culturales y arte público, han forjado un modelo de crecimiento sereno y curado con maestría.

La gastronomía, joya perenne de Bal Harbour, deleita con sinfonías culinarias. En The St. Regis Bal Harbour Resort, Atlantikós teje cocina griega y mediterránea contemporánea; Artisan Beach House, en The Ritz-Carlton Bal Harbour, fusiona artesanía gastronómica con vistas marinas que abrazan el horizonte. Makoto, emblema de Bal Harbour Shops, reinventa la tradición japonesa; Hillstone rescata la cocina americana con elegancia moderna. Avenue31 Café evoca la pastelería europea y la dulzura francesa en una terraza besada por el océano.

Un destino vibrante del siglo XXI

Ocho décadas después, Bal Harbour Village brilla como uno de los distritos más reverenciados de Miami, emblema de un estilo de vida sofisticado y apacible. Sus playas serenas, hoteles legendarios, gastronomía estelar y la experiencia inigualable de Bal Harbour Shops se entrelazan en una sinfonía única. Su programa cultural, infraestructura impecable, seguridad inquebrantable y servicios de élite siguen dictando el estándar regional.

Bal Harbour celebra ochenta años con la mirada en el horizonte, fiel a los pilares fundacionales: visión profética, sofisticación eterna y un pacto inquebrantable con la calidad de vida y la belleza que acaricia su entorno.



Makoto, de las mejores ofertas gastronómicas



Bal Harbour Shop, una galería del lujo de Miami

PALM BEACH *renovada hotelería*

Esta temporada, The Palm Beaches invita a los viajeros a descubrir las novedades en el destino vacacional más elegante de Florida®. Con 39 ciudades y pueblos únicos, desde Jupiter y Tequesta hasta Boca Raton, la región sigue marcando la pauta en lujo, innovación y auténtica hospitalidad.

Hotel Gulfstream – Lake Worth Beach (próximamente)

Tras años de espera, el histórico Hotel Gulfstream en Lake Worth Beach está experimentando una transformación radical, con planes de reabrir sus puertas a principios de 2026.

Construido originalmente en 1925, este emblemático edificio está siendo restaurado. Ofrecerá The Big Fin LWB, un restaurante y bar de mariscos costeros, dos salas de reuniones flexibles y una terraza en la azotea del segundo piso diseñada para eventos de hasta 100 personas. Para el bienestar y la relajación, contará con piscina, gimnasio y otras comodidades de lujo.



Hotel Vineta en Worth Av.

Hotel Nora – West Palm Beach (apertura este año)

En el corazón del distrito de Nora, el Hotel Nora será un nuevo hotel boutique de 201 habitaciones que enriquecerá aún más la zona con nuevas opciones de oficinas, locales comerciales y viviendas.

Hotel Vineta – Palm Beach (próximamente)

Ubicado a pocos pasos de Worth Avenue, el Hotel Vineta será el primer establecimiento Masterpiece de Oetker Collection en Estados Unidos. El hotel está siendo completamente transformado por el diseñador

londinense Tino Zervudachi y contará con 37 elegantes habitaciones, incluyendo cuatro suites y una Suite Presidencial. Los huéspedes podrán disfrutar de la cocina mediterránea en Coco's — inspirado en el emblemático Hotel du Cap-Eden-Roc de Francia—, cócteles en el sofisticado Bar at The Vineta (un guiño al antiguo Leopard Lounge) y relajarse en el exuberante patio o en el elegante restaurante Pool House.

Palm Beach Marriott Singer Island Beach Resort & Spa – Singer Island

La fase final de las renovaciones ya está en marcha en el Palm Beach

Marriott Singer Island Beach Resort & Spa, y se prevé que las 192 suites de una y dos habitaciones presenten una estética costera moderna y acabados actuales de alta calidad a principios de 2026. Desde 2022, el complejo ha invertido millones de dólares en la renovación del vestíbulo, el mercado, el restaurante y bar frente al mar, las áreas de piscina, el gimnasio, la entrada principal y los espacios para reuniones y eventos.

Hotel Ben, Colección Autograph – West Palm Beach (ya disponible)

El único hotel frente al mar en West Palm Beach, ubicado justo frente a Palm Harbor Marina, lanzó recientemente una nueva experiencia náutica en colaboración con PorterYachts. El Ben ahora ofrece a sus huéspedes la oportunidad de disfrutar de una lujosa experiencia culinaria en alta mar, con una tripulación totalmente dedicada. Ideal para retiros corporativos, bodas íntimas, celebraciones especiales y mucho más.



The St. Regis
Residences South
Brickell

Pináculo
del *Lujo*
Residencial



Desarrollado por el powerhouse Related Group, The St. Regis Residences redefine el lujo clásico frente a South Brickell.

Esta torre icónica fusiona el legado impecable de St. Regis con servicios butler-level y una ubicación privilegiada en uno de los hotspots más codiciados de Miami, prometiendo apreciación patrimonial y un lifestyle inigualable.

Elevándose en 50 pisos sobre la Bahía de Biscayne, el desarrollo ofrece 154 residencias exclusivas: penthouses, sky villas y townhomes frente al agua, desde 2 hasta 6 dormitorios. Cada unidad brilla con espacios amplios, terrazas **generosas y vistas panorámicas al skyline, la bahía y el Atlántico**. Terminaciones premium y privacidad absoluta convierten estas propiedades en trofeos de inversión.

El acceso dramático vía porte-cochère, con arte y fuente monumental, desemboca en un lobby privado con concierge 24/7. Servicios St. Regis incluyen mayordomo personal, valet, cocheras privadas, EV charging y house car de lujo para traslados seamless.

Amenities de élite: 4.650 m² de indulgencia Un oasis privado con restaurante Michelin-led por Fabio Trabocchi, beach club exclusivo, paisajismo por Enea Garden Design (terrazas verdes y senderos orgánicos), spa para mascotas, kids/teens zones, simulador deportivo, business center, marina privada y storage climatizado.

En las alturas, sky bar, lounges de doble altura, Cognac Room, Drawing Room clásico, billar y cocina para eventos privados elevan el networking y la hospitalidad a otro nivel.

Contacto directo: Sitio oficial The St. Regis Residences South Brickell | Instagram @stregissouthbrickell

Tendencias 2026

Aire Libre

Lo que se está usando en el mundo tiene su versión *made in* Argentina. Te mostramos algunas tendencias disponibles en el país de marcas locales o representantes.

1. Mochila Senderismo, de Pelliot, en AnnapurtaOutdoors / 2. Guantes Técnicos, de Holt, en Montagne / 3. Campera Castor Unisex, de Muluc / 4. Bota Scarpa Mujer, de Ansilta 5. Short Marfa, de Miwok/ 6. Antiparras Salice, en Scandinavian Argentina 7. Kit Workout, de Touche Sport / 8. Buzo Cima, de Yuco / 9. Gorra Violeta, de Nopal



寿司ワールドカップ



SUSHI WORLD CUP

Primera Competencia de Sushi de Latinoamérica

LA EXPERIENCIA
DE SUSHI
MÁS GRANDE DE LATINOAMÉRICA



04 DE ABRIL 2026
LA RURAL 26

Instagram: @sushiworldcup



Mundo de
MUJERES

Próxima Edición **MARZO** 2026

Marzo es el Mes de las Mujeres: este año se calcula que representan un 49.7 % de la población global. Unas 4.120 millones de féminas. Y del total hay unos 48 millones que trabajan en el turismo. Sobre ellas hablaremos en el siguiente número.

FEBRERO 2026



0 3 6 7 3 4 8 9 8 3 4