



Turismo médico impulsa crecimiento de seguros especializados en México.

Publicado: el 06 abril 2026.

Por: Alba Servín

Los pacientes, principalmente de Estados Unidos y Canadá, son atraídos por ahorros de hasta el 70% respecto al costo del mismo procedimiento médico en sus países de origen.

En los últimos años, América Latina se ha consolidado como un imán para pacientes internacionales y México se ha consolidado como el un destino favorito para el turismo médico.

De acuerdo con GMX Seguros, México actualmente recibe más de 1.2 millones de visitantes relacionados al turismo médico. Los pacientes, principalmente de Estados Unidos y Canadá, son atraídos por ahorros de hasta el 70% respecto al costo del mismo procedimiento médico en sus países de origen.

"El turismo médico en México ha dejado de ser una tendencia para consolidarse como un factor relevante de crecimiento económico. Sin embargo, para que esta práctica médica se traduzca en una actividad rentable, sostenida a largo plazo y con estándares internacionales, es indispensable que el sector médico hospitalario, clínicas odontológicas y especialistas médicos cuenten con una gestión adecuada. Esto implica evaluar con precisión su exposición operativa, reputacional y legal, así como asegurar una protección financiera adecuada a la naturaleza de los servicios que ofrecen", comentó Claudia Granados Cervantes, Subdirectora de Suscripción de RC en GMX Seguros.

Retos

De acuerdo con la especialista dicho crecimiento en este sector también trae consigo una mayor exposición a reclamaciones legales y complicaciones médicas que pueden poner en jaque la estabilidad financiera de los prestadores de servicios. Además, a diferencia del mercado local, el paciente internacional suele tener una mayor cultura de litigio. Un solo evento adverso sin la protección adecuada puede derivar en costos legales que superan la capacidad de reacción de una clínica mediana.

Señala que, en este sentido, el éxito del turismo médico en el país no debe medirse solo por el volumen de pacientes, sino por la solidez de la infraestructura de protección que respalda a los profesionales de la salud.

"Detrás del flujo constante de pacientes que buscan procedimientos dentales, cirugías estéticas y tratamientos especializados, surge una necesidad crítica: la gestión del riesgo y el blindaje financiero de la práctica profesional".

Pilares

GMX Seguros destaca tres pilares clave en la protección patrimonial:

- Coberturas integrales que protejan la operación diaria ante daños a terceros.
- Especialización en pólizas que contemplen la complejidad de los procedimientos más demandados por el turismo extranjero.
- Análisis preventivo e identificación de vulnerabilidades en los protocolos de atención para reducir la siniestralidad.

“Es fundamental priorizar la renovación o búsqueda de un seguro de Responsabilidad Civil Profesional que proteja efectivamente contra las contingencias que puedan derivar de reclamaciones de viajeros nacionales e internacionales. En GMX Seguros, como aseguradora líder en Responsabilidad Civil y Daños, entendemos que un programa de aseguramiento bien diseñado no solo mitiga riesgos, sino que impulsa la competitividad y confianza de un sector que hoy recibe pacientes de otras partes del mundo”, añadió Granados.

Principales destinos y sus especialidades

Dependiendo del tratamiento buscado, ciertas ciudades destacan por su infraestructura y especialización:

- Tijuana y Mexicali: Líderes mundiales en odontología y cirugía estética. Su proximidad con California permite que los pacientes crucen la frontera fácilmente, incluso utilizando "carriles médicos" de paso rápido.
- Cancún: Especializado en combinar tratamientos dentales y estéticos con la recuperación en resorts de lujo.
- Ciudad de México: Destaca por procedimientos de alta complejidad, como cirugías de columna, cardiología y oncología, contando con los hospitales con las certificaciones internacionales más rigurosas (como la Joint Commission International).
- Guadalajara y Monterrey: Reconocidas por su excelencia en cirugía bariátrica (pérdida de peso) y ortopedia.

Para finales de 2026, se estima que el mercado del turismo médico en México continúe con una tasa de crecimiento anual cercana al 19%, impulsado no solo por la medicina tradicional, sino también por el turismo de bienestar (spas, retiros espirituales y residencias de retiro para adultos mayores).

DATOS DUROS

- México actualmente recibe más de 1.2 millones de visitantes relacionados al turismo médico.



- Para finales de 2026, se estima que el mercado del turismo médico en México continúe con una tasa de crecimiento anual cercana al 19%, impulsado no solo por la medicina tradicional, sino también por el turismo de bienestar (spas, retiros espirituales y residencias de retiro para adultos mayores).

FUENTE

<https://www.eleconomista.com.mx/los-especiales/turismo-medico-impulsa-crecimiento-seguros-especializados-mexico-20260406-807395.html>

3 franquicias para emprender desde casa con sólo 60,000 pesos.

Publicado: el 06 abril 2026.

Por: Elizabeth Meza Rodríguez

Con inversiones desde 60,000 pesos, estas franquicias permiten emprender desde casa, reducir riesgos y generar ingresos sin experiencia previa.

Emprender a través de una franquicia no requiere inversiones millonarias ni locales físicos. En México, cada vez más marcas apuestan por modelos flexibles y digitales que permiten iniciar un negocio con montos desde 60,000 pesos, desde cada y reducir riesgos y acelerar el retorno de inversión.

Este ecosistema no solo destaca por su tamaño, sino por su resiliencia; las franquicias tienen una tasa de supervivencia superior a la de los negocios independientes, lo que las convierte en una alternativa atractiva para emprender con menor riesgo.

De acuerdo con la Asociación Mexicana de Franquicias, en el país operan más de 1,500 marcas y existen más de 95,000 puntos de venta. Además, generan más de un millón de empleos formales y aportan cerca del 5% del Producto Interno Bruto (PIB).

En este contexto, han surgido modelos de baja inversión que aprovechan la digitalización, reducen costos operativos y permiten iniciar sin un local físico, abriendo la puerta a nuevos perfiles de emprendedores.

Franquicia de viajes para mujeres

En el sector turístico, las franquicias también han reducido las barreras de entrada, ejemplo de ello es Mujer Viaja, una franquicia enfocada en experiencias turísticas para mujeres, que surgió a partir de la necesidad de ofrecer mayor seguridad en los viajes.

Con una inversión inicial desde 60,000 pesos, el modelo está diseñado para operar desde casa, utilizando únicamente el celular o la computadora. El tiempo estimado de recuperación es de cinco meses.

“La franquicia está diseñada para que empiece de forma virtual, trabajando desde casa, con ingresos alrededor de los 60,000 pesos y la oportunidad de crecer hasta tener un establecimiento público”, explica Alejandro Mirabal, CEO de la empresa.

Para quienes buscan escalar, existen formatos con local físico desde 100,000 pesos.

Turismo sin oficina, vender viajes desde el celular

Otra opción de franquicias es Viajes Bumerang, por ejemplo, ofrece un modelo de agencia que permite vender paquetes personalizados sin necesidad de experiencia previa y gestionarlo desde el celular.



Con una inversión inicial de 120,000 pesos, los franquiciatarios pueden operar de forma virtual o desde un local físico, con un retorno del 100% en 12 meses.

Miguel Márquez, gerente de expansión y marketing, explica que el modelo está diseñado para personas que buscan ingresos adicionales o flexibilidad laboral.

“No se necesita estar de tiempo completo, basta con una computadora y dedicar al menos dos horas al día para buscar prospectos”.

La empresa proporciona capacitación, herramientas digitales y acceso a proveedores, lo que permite a los franquiciatarios obtener comisiones completas por la venta de paquetes.

Actualmente, la marca cuenta con más de 400 franquicias, lo que refleja el crecimiento de este tipo de modelos.

Dark kitchens: hamburguesas y negocio desde la cocina

Uno de los ejemplos es Burguerthoven, una franquicia de hamburguesas que nació de la combinación entre la pasión por la música y la comida de su fundador, Jonifer Morales.

La marca, que ya suma 20 sucursales en México y una en Guatemala, y que tiene planes de expansión en Panamá y Colombia, ha encontrado en el modelo de *dark kitchen* una vía para crecer con menor inversión.

Este formato, que puede operar desde la cocina de casa, permite arrancar con montos desde 350,000 pesos más IVA, con un tiempo de recuperación estimado de 12 a 18 meses.

El modelo es 80% digital y 20% operativo, apoyado en plataformas de entrega como Uber y DiDi, además de repartidores propios.

Jonifer Morales puntualiza en que el crecimiento de la dark kitchen están basada en la presencia digital. “Tenemos que fortalecer mucho la presencia en redes y en las propias plataformas donde se hacen los pedidos”.

El diferenciador con los negocios de hamburguesas tradicionales está en la estandarización del producto y la operación: “No necesitan ser cocineros, chefs, cualquiera puede ensamblar una hamburguesa y hacer negocio con ello”.

Para quienes buscan mayor visibilidad, existen franquicias en centros comerciales desde 550,000 pesos o locales comerciales desde 750,000 pesos.

Menor inversión, nuevas oportunidades

Las franquicias de baja inversión están ganando terreno en un entorno donde el capital es limitado y la digitalización redefine la forma de hacer negocios.

Modelos sin local físico, operaciones desde casa y uso intensivo de plataformas digitales están democratizando el acceso al emprendimiento, al tiempo que abren nuevas oportunidades para diversificar ingresos.



En este contexto, el reto no solo es invertir menos, sino adaptarse a un mercado donde la eficiencia operativa y la presencia digital son clave para competir.

DATOS DUROS

- Con inversiones desde 60,000 pesos, estas franquicias permiten emprender desde casa, reducir riesgos y generar ingresos sin experiencia previa.
- De acuerdo con la Asociación Mexicana de Franquicias, en el país operan más de 1,500 marcas y existen más de 95,000 puntos de venta. Además, generan más de un millón de empleos formales y aportan cerca del 5% del Producto Interno Bruto (PIB).
- Con una inversión inicial desde 60,000 pesos, el modelo está diseñado para operar desde casa, utilizando únicamente el celular o la computadora. El tiempo estimado de recuperación es de cinco meses.
- Otra opción de franquicias es Viajes Bumerang, por ejemplo, ofrece un modelo de agencia que permite vender paquetes personalizados sin necesidad de experiencia previa y gestionarlo desde el celular.
- Con una inversión inicial de 120,000 pesos, los franquiciatarios pueden operar de forma virtual o desde un local físico, con un retorno del 100% en 12 meses.
- Con una inversión inicial de 120,000 pesos, los franquiciatarios pueden operar de forma virtual o desde un local físico, con un retorno del 100% en 12 meses.
- Para quienes buscan mayor visibilidad, existen franquicias en centros comerciales desde 550,000 pesos o locales comerciales desde 750,000 pesos.

FUENTE

<https://www.eleconomista.com.mx/el-empresario/3-franquicias-emprender-casa-60-000-pesos-20260406-807026.html>

Llegadas aéreas de extranjeros crecieron 0.9% en primer bimestre.

Publicado: el 06 abril 2026.

Por: Alejandro de la Rosa

El incremento significó una mejora respecto a los resultados de mismo periodo de 2025, cuando se registró una baja de 2.7%; sin embargo, los niveles aún son menores en 1.9% a los reportados en 2024; EU se mantiene como el principal país emisor aunque registró una caída de 2.8 por ciento.

Remonta el turismo aéreo. Durante el primer bimestre del presente año llegaron a México cuatro millones 176,875 extranjeros por avión, lo que representó un incremento de 0.9% en relación a igual periodo del 2025 (en los primeros dos meses del año pasado se registró una baja de 2.7%), de acuerdo con la Unidad de Política Migratoria (UPM) de la Secretaría de Gobernación.

Pese al mejor comportamiento al inicio de año, la cifra todavía es menor en 1.9% (cuatro millones 255,960) a la reportada en 2024, cuando se presentaba el mejor momento tras la recuperación de la crisis sanitaria.

Los visitantes internacionales que llegan vía aérea al país por nacionalidad, principalmente a los destinos de playa, representaron el año pasado 80% de las divisas turísticas, lo que refleja su relevancia.

Entre enero y febrero, aterrizaron en el país dos millones 333,015 viajeros de Estados Unidos, cifra que fue 2.8% menor a la del año previo (dicho país emisor representa 56% del total), por el contrario, los turistas de Canadá (segundo país emisor) crecieron 9.8% (903,159 personas).

La tercera posición la ocupó Argentina (con 90,945 y alza de 4.5%), la cuarta Colombia (con 88,195 y aumento de 15.5%, con lo que revirtió la caída de 29.2% del primer bimestre del 2025) y la quinta Reino Unido (con 70,112 turistas y un crecimiento de 7.3%, que también remontó la baja de 6.5% presentada entre enero y febrero del 2025).

Estos cinco países representan 83% del total y son seguidos en el top ten por: Francia, España, Alemania, Chile y Brasil.

La promoción turística de México continúa

Con base en la UPM, la llegada de turistas a México por vía aérea se concentra en cuatro destinos que cuentan con sus propios organismos de promoción turística internacional y en conjunto representan alrededor de 80.4% del total: Cancún, Quintana Roo, Ciudad de México, Los Cabos, Baja California Sur y Puerto Vallarta, Jalisco.

En consecuencia, y con apoyos económicos locales de los sectores público y privado, el flujo de turistas al país muestra un repunte este año en el segmento mencionado, pese a la falta de una estrategia federal de promoción de los



destinos nacionales en los últimos siete años, tras la extinción del Consejo de Promoción Turística de México (CPTM).

Por lo pronto, la participación de México en ferias turísticas internacionales durante el presente año estará coordinado por la empresa Creatividad y Espectáculos (CREA), a quien se le otorgó el sexenio pasado la autorización para comercializar los espacios en los recintos feriales.

“Lleva tu marca o destino a las principales ferias internacionales de turismo en América, Europa y Asia. Dirigido a empresas del sector y destinos turísticos, que buscan expandirse globalmente, ofrecemos espacios en el Pabellón de México, así como acompañamiento estratégico y personalizado para maximizar su presencia y oportunidades de negocio”, promueve la filial de CIE.

Las siguientes ferias en las que participarán destinos mexicanos interesados son: WTM Latin America (del 14 al 16 de abril en Sao Paulo, Brasil), donde la secretaria de Turismo, Josefina Rodríguez, aseguró estará presente, IMEX Frankfurt (del 19 al 21 de mayo) e ITB China (del 27 al 29 de mayo).

Los visitantes internacionales que llegan vía aérea al país por nacionalidad, principalmente a los destinos de playa, representaron el año pasado 80% de las divisas turísticas.

DATOS DUROS

- El incremento significó una mejora respecto a los resultados de mismo periodo de 2025, cuando se registró una baja de 2.7%; sin embargo, los niveles aún son menores en 1.9% a los reportados en 2024; EU se mantiene como el principal país emisor aunque registró una caída de 2.8 por ciento.
- Durante el primer bimestre del presente año llegaron a México cuatro millones 176,875 extranjeros por avión, lo que representó un incremento de 0.9% en relación a igual periodo del 2025 (en los primeros dos meses del año pasado se registró una baja de 2.7%), de acuerdo con la Unidad de Política Migratoria (UPM) de la Secretaría de Gobernación.
- Pese al mejor comportamiento al inicio de año, la cifra todavía es menor en 1.9% (cuatro millones 255,960) a la reportada en 2024, cuando se presentaba el mejor momento tras la recuperación de la crisis sanitaria.
- Entre enero y febrero, aterrizaron en el país dos millones 333,015 viajeros de Estados Unidos, cifra que fue 2.8% menor a la del año previo (dicho país emisor representa 56% del total), por el contrario, los turistas de Canadá (segundo país emisor) crecieron 9.8% (903,159 personas).
- La tercera posición la ocupó Argentina (con 90,945 y alza de 4.5%), la cuarta Colombia (con 88,195 y aumento de 15.5%, con lo que revirtió la caída de 29.2% del primer bimestre del 2025) y la quinta Reino Unido (con 70,112 turistas y un crecimiento de 7.3%, que también remontó la baja de 6.5% presentada entre enero y febrero del 2025).
- Estos cinco países representan 83% del total y son seguidos en el top ten por: Francia, España, Alemania, Chile y Brasil.



CAMARA DE COMERCIO
SERVICIOS Y TURISMO
CIUDAD DE MEXICO

FUENTE

<https://www.eleconomista.com.mx/economia/mundial-futbol-2026-representara-impulso-moderado-economia-mexicana-banorte-20260326-806094.html>

AICM arranca sistema inteligente para operar vuelos en tiempo real y reducir errores.

Publicado: el 06 abril 2026.

El Aeropuerto Internacional de la Ciudad de México (AICM) inició la implementación de su nuevo Sistema de Gestión Aeroportuaria (SIGA), una plataforma tecnológica que busca automatizar, centralizar y hacer más eficientes las operaciones aéreas en la terminal más saturada del país.

El sistema, basado en estándares internacionales, arranca con el primero de seis componentes informáticos que permitirán gestionar en tiempo real la planificación, operación, control y facturación de las actividades aeroportuarias. Entre sus módulos destacan la gestión de slots (SLOTX), una base de datos operacionales (AODB), gestor de recursos (RMS), integración de sistemas (ESB), gestor de plataforma (PASSUR) y el modelo de gestión colaborativa aeroportuaria (A-CDM).

Con esta implementación, el AICM busca reducir errores humanos, optimizar el uso de pistas y posiciones, y mejorar la puntualidad de vuelos. Uno de los puntos clave es la asignación automatizada y transparente de horarios de aterrizaje y despegue, un tema históricamente sensible en el aeropuerto.

El sistema también permitirá visualizar en tiempo real cada operación aérea, asignar posiciones de embarque, bandas de equipaje y coordinar a autoridades, aerolíneas y operadores bajo una misma plataforma. Esto se traducirá en procesos más ágiles y en información más precisa para los pasajeros en pantallas y sistemas de consulta.

El resto de los componentes del SIGA entrará en operación hacia finales de abril, consolidando un modelo de gestión centralizado que apunta a mejorar la eficiencia operativa en uno de los aeropuertos más complejos de América Latina.

Con este movimiento, el Grupo Aeroportuario Marina apuesta por la modernización tecnológica del AICM en un momento crítico para la aviación en México, marcado por la alta demanda, la presión operativa y la necesidad de elevar estándares de servicio.

FUENTE

<https://pasilloturistico.com/aicm-arranca-sistema-inteligente-para-operar-vuelos-en-tiempo-real-y-reducir-errores/>



Tarifas récord y hoteles llenos... el Mundial pondrá a prueba la cobranza hotelera.

Publicado: el 06 abril 2026.

La Copa Mundial FIFA 2026 perfila una ocupación histórica en las ciudades sede -Ciudad de México, Guadalajara y Monterrey- con tarifas que ya registran incrementos sin precedentes; sin embargo, el verdadero reto para la hotelería mexicana no estará en llenar habitaciones, sino en garantizar que cada reserva se convierta en ingreso efectivo.

De acuerdo con datos de Lighthouse Intelligence, las tarifas hoteleras en México han crecido hasta 114% interanual, mientras que Guadalajara alcanzó aumentos de hasta 385% tras el sorteo del torneo. A nivel global, el precio promedio por noche en ciudades sede pasó de 293 a 1,013 dólares en apenas semanas, reflejando una presión de demanda inédita.

Las proyecciones económicas refuerzan el optimismo: estimaciones de Deloitte apuntan a un impacto directo de 1,243 millones de dólares, mientras que autoridades turísticas prevén más de 1,060 millones de dólares en ingresos para alojamiento, alimentos y servicios, con un gasto promedio superior a los 1,100 dólares por visitante. Incluso, Oxford Economics anticipa un crecimiento de entre 7% y 25% en ingresos hoteleros durante junio de 2026.

No obstante, especialistas advierten que tarifas récord no garantizan ingresos récord. La experiencia de los Juegos Olímpicos de París 2024 evidenció que, pese a máximos históricos en tarifas y rentabilidad, los hoteles enfrentaron cancelaciones de último minuto, dificultades para validar pagos internacionales y saturación operativa en recepción, factores que impactaron directamente en la captación real de ingresos.

Para el Mundial, el escenario será aún más complejo. La dinámica del torneo -donde los aficionados reservan dependiendo del avance de sus selecciones- generará picos de cancelaciones y nuevas reservas en corto plazo. A esto se suma que hasta 95% de los hoteles en algunas sedes ya aplican restricciones de estancia mínima, lo que incrementa la presión sobre la gestión operativa y financiera.

Otro factor crítico es el fraude en pagos y los contracargos. Reportes de la industria indican que más del 70% de los fraudes en transacciones provienen de tarjetas de crédito o débito, mientras que las disputas han crecido más de 20% interanual. Cada contracargo no solo representa una habitación no cobrada, sino costos administrativos adicionales que se multiplican en escenarios de alta demanda.

En este contexto, expertos del sector coinciden en que la preparación hotelera no puede limitarse a la oferta y estrategias de revenue management. La diferencia estará en la capacidad tecnológica para automatizar cobros, validar tarjetas en tiempo real y conciliar transacciones sin fricciones.



CAMARA DE COMERCIO
SERVICIOS Y TURISMO
CIUDAD DE MEXICO

FUENTE

<https://pasilloturistico.com/tarifas-record-y-hoteles-llenos-el-mundial-pondra-a-prueba-la-cobranza-hotelera/>



Turismo cultural toma fuerza: museos y zonas arqueológicas superan 3.8 millones de visitantes en 2026.

Publicado: el 06 abril 2026.

El turismo cultural en México arranca el año con fuerza. Durante el primer bimestre de 2026, museos y zonas arqueológicas del país registraron una afluencia conjunta de 3.87 millones de visitantes, lo que representa un crecimiento de 4.2% frente al mismo periodo de 2025, de acuerdo con la Secretaría de Turismo.

La titular de la dependencia, Josefina Rodríguez Zamora, destacó que este comportamiento confirma el creciente interés de turistas nacionales e internacionales por el patrimonio histórico y cultural del país, consolidando a México como potencia en turismo cultural.

El dinamismo fue particularmente notable en los museos, que alcanzaron 2.2 millones de visitantes entre enero y febrero, con un incremento de 16.2% anual. De este total, el 87% correspondió a visitantes nacionales y el 13% a internacionales. En contraste, las zonas arqueológicas recibieron 1.7 millones de personas, con una composición más equilibrada: 58% nacionales y 42% extranjeros, lo que reafirma su peso como ancla del turismo internacional.

Entre los recintos más visitados destacan el Museo Nacional de Antropología, el Castillo de Chapultepec y el Museo del Templo Mayor, que en conjunto concentraron 1.6 millones de visitas. En cuanto a zonas arqueológicas, Chichén Itzá, Teotihuacán y Tulum lideraron la afluencia con más de 840 mil visitantes.

En el contexto de Semana Santa, estos espacios se posicionan como una alternativa clave para diversificar la experiencia turística, al ofrecer propuestas que combinan cultura, aprendizaje y convivencia, más allá del tradicional turismo de sol y playa.

“El crecimiento en la afluencia confirma que el turismo cultural es un motor clave para las economías locales, generando beneficios directos para comunidades y prestadores de servicios”, subrayó la funcionaria.

El comportamiento del primer bimestre no solo refleja cifras positivas, sino una tendencia clara: el viajero está buscando experiencias con contenido, identidad y valor cultural, un segmento que México tiene capacidad de capitalizar de cara a los próximos grandes periodos vacacionales.

DATOS DUROS

- Turismo cultural toma fuerza: museos y zonas arqueológicas superan 3.8 millones de visitantes en 2026.
- Durante el primer bimestre de 2026, museos y zonas arqueológicas del país registraron una afluencia conjunta de 3.87 millones de visitantes, lo que representa un crecimiento de 4.2% frente al mismo periodo de 2025, de acuerdo con la Secretaría de Turismo.



- El dinamismo fue particularmente notable en los museos, que alcanzaron 2.2 millones de visitantes entre enero y febrero, con un incremento de 16.2% anual.
- De este total, el 87% correspondió a visitantes nacionales y el 13% a internacionales. En contraste, las zonas arqueológicas recibieron 1.7 millones de personas, con una composición más equilibrada: 58% nacionales y 42% extranjeros, lo que reafirma su peso como ancla del turismo internacional.
- Entre los recintos más visitados destacan el Museo Nacional de Antropología, el Castillo de Chapultepec y el Museo del Templo Mayor, que en conjunto concentraron 1.6 millones de visitas.
- En cuanto a zonas arqueológicas, Chichén Itzá, Teotihuacán y Tulum lideraron la afluencia con más de 840 mil visitantes.

FUENTE

<https://pasilloturistico.com/turismo-cultural-toma-fuerza-museos-y-zonas-arqueologicas-superan-3-8-millones-de-visitantes-en-2026/>

Consultorio turístico / El factor Trump y el turismo mexicano.

Publicado: el 06 abril 2026.

Por: Francisco Madrid

Al cierre del primer bimestre del año, el turismo internacional hacia México parece resistir los embates de un frenético entorno global, sin dejar de tener en cuenta que será hasta tener los resultados correspondientes al mes de marzo, cuando puedan elaborarse conclusiones sobre el impacto de los acontecimientos ocurridos en el país el 22 de febrero pasado.

De acuerdo con cifras de la Unidad de Política Migratoria, el número de residentes en el extranjero que ingresaron al país por vía aérea en los primeros dos meses del año, tuvo un crecimiento del 1.3%, modesto sí, pero crecimiento al fin. De esta forma, se reportó el ingreso de un poco más de 3.9 millones de viajeros aéreos. No sobra mencionar que estos viajeros aéreos contabilizan de manera regular, alrededor del 80% de las divisas turísticas del país.

Como de costumbre el mayor volumen de estas personas provino de Estados Unidos (58.6%) proporción que –importante mencionar– es menor a lo que en los últimos se venía registrando para estos primeros meses del año, en los que solía estar más en torno al 65%. Es relevante mencionar que en el total de estos viajeros hay una contracción interanual del 2.5%, es decir, unos 60 mil menos. ¿Entonces, cómo es qué si se obtuvo en el principal mercado un resultado malo, el conjunto es, por el contrario, moderadamente bueno?

Es posible identificar varios factores que explican este comportamiento, destacando, sin duda, un muy importante crecimiento del mercado canadiense del 9.2%; un buen inicio de año para el mercado argentino (4.8%), colocándose como el tercero más relevante en el periodo; el mercado colombiano deja de caer y crece un 18%; incluso el caso brasileño que todavía no se beneficiaba del nuevo procedimiento de visado digital retorna al *top ten de mercados* emisores con un aumento de 12.4%.

Cuando se revisa el mercado canadiense en este, necesariamente, surge el factor Trump, como parte fundamental de la explicación de su crecimiento hacia los destinos mexicanos, pues la combinación de los excesos en la política migratoria y, sobre todo, la ruda narrativa hacia el país de la hoja de maple y sus ciudadanos, han provocado que un muy importante número de canadienses desvíe sus intereses de viaje. Tan solo en enero de este año, la caída en los viajes desde Canadá a Estados Unidos por vía aérea es de 12.2% y entre el mismo primer mes de este año y el primero de 2023 hubo 342 mil canadienses menos. No es ninguna casualidad que la ruta aérea con más tráfico internacional conectando algún punto del país en el primer bimestre del año –igual que en todo 2025– sea la de Cancún-Toronto.

En el caso del conjunto de la región sudamericana, los meses iniciales del año parecen prometedores con el aumento de 6.3% en comparación interanual; no



obstante, al revisar su proporción en el conjunto, esta que es de 6.4% está lejos de los niveles de penetración que se alcanzaron la década pasada, pues, por ejemplo, en el año 2019 dicha proporción alcanzó cerca del 11%. El –por ahora– interrumpido descenso en el número de viajeros de esta región está relacionado con una política de visados restrictiva para Brasil, Ecuador y Perú, además de restricciones migratorias para los colombianos. Con independencia de la pandemia, de manera conservadora se estima que como resultado de estas medidas se han dejado de recibir más de 2 millones de turistas y más de 2,500 millones de dólares.

En todo caso, México tiene una gran oportunidad –pero también un gran reto–, en mantener y crecer su presencia en el mercado canadiense. Además de lograr que los viajeros incrementales que ahora se reciben, no se vuelvan *turistas prestados*, debería lograr construir –a partir de la diversidad de su oferta– la posibilidad de ser, también, un destino para el verano de los canadienses pues, por ahora, la penetración en este segmento es muy limitada. Ciertamente, una tarea de esta naturaleza debería asumirse desde una colaboración público-privada.

A propósito del efecto Trump para el turismo mexicano

El freno a los visitantes sudamericanos –entre otras cosas–, no parecería ajeno a las presiones del gobierno norteamericano sobre nuestro país en los últimos años, para evitar el uso de nuestro país como trampolín para una migración irregular. Aunque el caso peruano se cuece aparte.

Por otro lado, en lo que parece un comportamiento contraintuitivo, llama la atención que el número de mexicanos viajando por vía aérea hacia Estados Unidos creció 7.1%, en estos primeros 2 meses de 2026.

DATOS DUROS

- De acuerdo con cifras de la Unidad de Política Migratoria, el número de residentes en el extranjero que ingresaron al país por vía aérea en los primeros dos meses del año, tuvo un crecimiento del 1.3%, modesto sí, pero crecimiento al fin.
- De esta forma, se reportó el ingreso de un poco más de 3.9 millones de viajeros aéreos. No sobra mencionar que estos viajeros aéreos contabilizan de manera regular, alrededor del 80% de las divisas turísticas del país.

FUENTE

<https://oem.com.mx/elsoldemexico/analisis/consultorio-turistico-el-factor-trump-y-el-turismo-mexicano-29341346>

AICM sube tasas en plena guerra de Irán y antes de las vacaciones.

Publicado: el 05 abril 2026.

El Aeropuerto Internacional de la Ciudad de México (AICM), en plena temporada vacacional y con los precios del fuel disparados por la guerra en Irán, ha incrementado la Tarifa de Uso de Aeropuerto (TUA) hasta 2.9%, lo que impactará el costo de los boletos de avión.

La implementación inició este miércoles, tanto para vuelos nacionales como internacionales, cargo que es incluido por las aerolíneas al momento de la compra de los boletos y luego transferido a la administración aeroportuaria. La TUA para vuelos nacionales será de 542.4 pesos (unos 30,59 dólares) y para vuelos internacionales 58.09 dólares.

Este ajuste tiene que ver con las actualizaciones en los costos operativos y a factores como el tipo de cambio, porque la tarifa es en dólares y se convierte a pesos mexicanos mensualmente.

Para el AICM, el incremento refuerza sus ingresos, pues la TUA se mantiene como una de sus principales fuentes de financiamiento, ya que es un cobro por el uso de instalaciones y servicios aeroportuarios.

Como lo informó REPORTUR.mx, el almirante Juan José Padilla Olmos, director general del Grupo Aeroportuario Marina, operador del Aeropuerto Internacional de Ciudad de México (AICM), aseguró en febrero que no habrá necesidad de ampliar slots para atender el Mundial de Fútbol, pues las aerolíneas no los aprovechan en su totalidad. (AICM: slots sin usar permitirán atender la demanda por el Mundial).

Explicó en su momento que se realizan hasta 44 operaciones de aterrizaje y despegue por hora y que, en especial, los horarios nocturnos no son operados en su totalidad, pues solo se ejecutan entre 18 y 24 por hora; en total son entre 830 y 840, menos de las 1.056 que puede realizar el AICM, dijo en su momento Padilla Olmos.

DATOS DUROS

- El Aeropuerto Internacional de la Ciudad de México (AICM), en plena temporada vacacional y con los precios del fuel disparados por la guerra en Irán, ha incrementado la Tarifa de Uso de Aeropuerto (TUA) hasta 2.9%, lo que impactará el costo de los boletos de avión.
- La TUA para vuelos nacionales será de 542.4 pesos (unos 30,59 dólares) y para vuelos internacionales 58.09 dólares.

FUENTE

<https://www.reportur.com/aerolineas/2026/04/05/aicm-sube-tasas-en-plena-guerra-de-iran-y-antes-de-las-vacaciones/>



Semana Santa impulsa el turismo del Centro-Bajío con tradiciones históricas.

Publicado: el 04 abril 2026.

Comunicado 068/2026.- Josefina Rodríguez Zamora informó que, durante el periodo vacacional de Semana Santa 2026, los estados de Guanajuato, Querétaro, Aguascalientes, San Luis Potosí, Michoacán y Zacatecas registran una alta actividad turística.

- La secretaria de Turismo del Gobierno de México, Josefina Rodríguez Zamora, informó que durante Semana Santa 2026 los estados del Centro-Bajío registran una alta actividad turística con una tendencia positiva en ocupación hotelera en los días de mayor afluencia.
- Destinos como Guanajuato, Querétaro y Zacatecas destacan por su oferta de tradiciones históricas y celebraciones emblemáticas, con la llegada de cientos de miles de visitantes, ocupaciones hoteleras superiores al 70%.
- Además del turismo religioso, entidades como Michoacán, Aguascalientes y San Luis Potosí fortalecen su atractivo con experiencias culturales, gastronómicas y de naturaleza.

La secretaria de Turismo del Gobierno de México, Josefina Rodríguez Zamora, informó que, durante el periodo vacacional de Semana Santa 2026, los estados de Guanajuato, Querétaro, Aguascalientes, San Luis Potosí, Michoacán y Zacatecas registran una alta actividad turística, impulsada por su diversidad cultural, religiosa y natural.

La titular de la Secretaría de Turismo (Sectur) precisó que estos destinos, considerados parte de uno de los principales corredores turísticos del país, mantienen una tendencia positiva en ocupación hotelera en los días de mayor afluencia.

“Durante Semana Santa, estos destinos se consolidan como algunos de los más atractivos del país, gracias a su riqueza histórica, cultural y religiosa, que convoca a miles de visitantes nacionales e internacionales”, señaló.

En Guanajuato, la entidad consolida una oferta de turismo religioso y cultural con la participación de más de ocho municipios, fortaleciendo la descentralización del turismo. Para esta temporada se proyecta la llegada de más de 746 mil visitantes, con impacto directo en las economías locales y la cadena de valor turística.

Tradiciones con alto valor histórico, algunas con más de 400 años de antigüedad, como el Cristo Negro de Salamanca, así como celebraciones emblemáticas como el Viernes de Dolores, posicionan al estado como referente nacional en turismo cultural comunitario. Destacan también experiencias como la Traída del Señor de la Columna, la Judea en Purísima del Rincón y la participación de cofradías, danzantes y peregrinos, que fortalecen el turismo de raíces y la transmisión intergeneracional de tradiciones. En destinos como San Miguel de



Allende, Celaya y León, se realizan celebraciones como el Santo Entierro, la Procesión del Silencio y la Quema de Judas, respectivamente.

En Querétaro, se estima la llegada de alrededor de 200 mil turistas durante este periodo, con una ocupación hotelera que podría superar el 70 por ciento durante el fin de semana santo. Eventos como la Procesión del Silencio en el Centro Histórico y el Viacrucis en La Cañada impulsan la afluencia de visitantes, junto con representaciones de la Pasión de Cristo en municipios como Amealco y San Joaquín, así como el Romancero de la Vía Dolorosa y la tradicional Quema de Judas.

Zacatecas registra una ocupación hotelera proyectada de 60.7 por ciento, con la llegada de más de 29 mil turistas en la zona conurbada Zacatecas–Guadalupe y una derrama económica estimada superior a los 128 millones de pesos. El estado fortalece su atractivo con el Festival Cultural de Zacatecas, así como con representaciones del viacrucis y diversas procesiones religiosas.

También destaca la Procesión del Silencio, que se realiza cada Viernes Santo en el Centro Histórico y reúne a una asistencia aproximada de entre 20 mil y 40 mil personas. La procesión recorre calles emblemáticas como Hidalgo, Avenida Juárez, Allende y Tacuba, así como el entorno de la Plaza de Armas, y resalta por su profundo significado y valor patrimonial en una ciudad cuyo Centro Histórico fue inscrito como Patrimonio Mundial por la UNESCO en 1993, además de ser reconocida como Patrimonio Cultural Inmaterial del Estado en 2015.

Michoacán destaca por sus representaciones de la Pasión de Cristo en comunidades y pueblos, así como por sus procesiones tradicionales en ciudades como Morelia y Pátzcuaro. La alta participación comunitaria y la presencia de identidad indígena en estas celebraciones fortalecen el turismo cultural y consolidan al estado como un referente de tradiciones vivas.

Por su parte, en Aguascalientes, la actividad turística se ve impulsada por su oferta cultural y urbana, con recorridos por su Centro Histórico, museos y actividades familiares que complementan la experiencia vacacional. Durante la temporada se llevan a cabo viacrucis vivientes, procesiones y misas solemnes en parroquias y comunidades, así como eventos culturales vinculados al periodo.

En San Luis Potosí, la Procesión del Silencio, considerada una de las más importantes del país, se posiciona como el principal atractivo turístico durante el Viernes Santo. En este evento participan cofradías, penitentes y miles de asistentes, en una manifestación de fe que se complementa con viacrucis y actividades culturales paralelas.

Rodríguez Zamora subrayó que estos destinos concentran una notable riqueza patrimonial, con ciudades coloniales, zonas arqueológicas y rutas históricas que permiten diversificar la experiencia del visitante en un mismo viaje.

Añadió que, además del turismo religioso, ofrecen alternativas de turismo de naturaleza y aventura, así como experiencias enoturísticas y gastronómicas que fortalecen su posicionamiento.



Finalmente, destacó que la estrategia de promoción turística, encabezada por la Presidenta Claudia Sheinbaum Pardo como principal embajadora, ha fortalecido la visibilidad de los destinos del interior del país, impulsando su competitividad en temporadas clave.

“México está de moda, y estos destinos son ejemplo de cómo la diversidad cultural, histórica y natural del país continúa atrayendo visitantes y generando bienestar para las comunidades. Cada vez más mexicanas y mexicanos quieren recorrer su propio país, y quienes nos visitan desde el extranjero se enamoran de su riqueza y de la calidez de nuestra gente”, concluyó.

DATOS DUROS

- Destinos como Guanajuato, Querétaro y Zacatecas destacan por su oferta de tradiciones históricas y celebraciones emblemáticas, con la llegada de cientos de miles de visitantes, ocupaciones hoteleras superiores al 70%.
- Para esta temporada se proyecta la llegada de más de 746 mil visitantes, con impacto directo en las economías locales y la cadena de valor turística.
- En Querétaro, se estima la llegada de alrededor de 200 mil turistas durante este periodo, con una ocupación hotelera que podría superar el 70 por ciento durante el fin de semana santo.
- Zacatecas registra una ocupación hotelera proyectada de 60.7 por ciento, con la llegada de más de 29 mil turistas en la zona conurbada Zacatecas–Guadalupe y una derrama económica estimada superior a los 128 millones de pesos.
- También destaca la Procesión del Silencio, que se realiza cada Viernes Santo en el Centro Histórico y reúne a una asistencia aproximada de entre 20 mil y 40 mil personas.

FUENTE

<https://www.gob.mx/sectur/articulos/semana-santa-impulsa-el-turismo-del-centro-bajo-con-tradiciones-historicas?idiom=es>

¿Turismo mundialista? Profeco difunde consejos para elegir agencias de viajes.

Publicado: el 04 abril 2026.

Si todavía dudas cómo elegir una agencia de viajes, estos consejos te servirán también para viajes futuros.

Con la celebración de la Copa Mundial FIFA 2026 a pocos meses de iniciar en México, la Procuraduría Federal del Consumidor (Profeco) hizo un llamado a los viajeros a elegir con cuidado las agencias de viajes para evitar fraudes, cobros inesperados y problemas en la prestación de servicios turísticos.

La dependencia recordó que estas empresas tienen obligaciones claras con las personas consumidoras y que conocerlas puede marcar la diferencia entre un viaje seguro o uno lleno de inconvenientes.

¿Qué deben cumplir las agencias de viajes?

Antes de contratar un paquete turístico, Profeco señala que las agencias deben informar y respetar los precios, tarifas, garantías y todas las condiciones bajo las cuales se ofreció el servicio, tal como lo establece la Ley Federal de Protección al Consumidor (LFPC).

Estas condiciones incluyen servicios como su duración, modalidades de prestación y el precio total con impuestos ya contemplados. Además, deben especificar con claridad las políticas de cancelación, anticipos, reembolsos y su vigencia. La publicidad, por su parte, debe ser veraz y no inducir a error a las personas interesadas.

Al momento de elegir agencia, Profeco recomienda contratar una que cuente con varios puntos antes de formalizar un contrato, entre los que se destacan:

- Comprobar que el domicilio y los medios de contacto de la agencia sean reales y verificables.
- Revisar que esté inscrita en el Registro Nacional de Turismo, lo que aporta certeza de su legitimidad.
- Consultar si cuenta con un contrato de adhesión registrado ante la Procuraduría, lo que brinda mayor protección al consumidor.

Es importante exigir una copia del contrato con sello o membrete de la agencia y el comprobante de pago, así como los documentos que respalden cada servicio adquirido (boletos de transporte, reservaciones de hotel, arrendamiento de autos, etcétera).

En caso de que la agencia opere como mayorista o tour operador, debe entregar un cupón con información detallada sobre los servicios, condiciones del contrato y procedimiento en caso de cancelación.



Contratación en línea y viajes internacionales

Para viajes al extranjero, la Profeco explica que los contratos celebrados en México pueden establecer precios en moneda extranjera, siempre que se informe claramente que el tipo de cambio aplicará al momento del pago.

En el caso de contrataciones por internet, la Procuraduría recomienda hacerlo sólo en sitios con buena reputación y conexiones seguras, que muestren domicilio en México y que especifiquen claramente las políticas de cancelación y el aviso de privacidad.

Derechos y apoyos al consumidor

Si al llegar al destino los servicios no se proporcionan conforme a lo pactado, la agencia de viajes está obligada a ayudar a solucionar la situación, incluir el traslado de regreso si es necesario y coadyuvar en la gestión de indemnizaciones ante el prestador final del servicio.

Profeco destaca que un consumidor informado es menos susceptible de ser engañado y pone a disposición sus canales de atención para orientación y quejas:

- Teléfono del Consumidor: 55 5568 8722 y 800 468 8722
- Redes sociales X: @AtencionProfeco y @Profeco y Facebook: ProfecoOficial
- Los correos electrónicos denunciasprofeco@profeco.gob.mx, denunciapublicitaria@profeco.gob.mx y asesoria@profeco.gob.mx.

FUENTE

<https://www.eleconomista.com.mx/finanzaspersonales/turismo-mundialista-profeco-difunde-consejos-elegir-agencias-viajes-20260404-807213.html>

Visit México supera los 958 mil usuarios en su primer año.

Publicado: el 04 abril 2026.

Por: Néstor Ramírez

A un año de su relanzamiento, la plataforma digital Visit México es una de las principales herramientas para planear viajes dentro del país. De acuerdo con la Agencia de Transformación Digital y Telecomunicaciones (ATDT), este servicio registra más de 958 mil usuarios desde abril de 2025.

De acuerdo con la dependencia, el sitio web recibe en promedio más de 40 mil consultas diarias, lo que representa un crecimiento significativo frente a las apenas 2 mil 300 visitas que registraba antes de su rediseño. Actualmente, la plataforma ofrece información sobre mil 496 destinos turísticos en todo el territorio nacional.

Visit México supera los 958 mil usuarios en su primer año

El uso de este sitio se concentra principalmente en usuarios dentro del país, seguido por visitantes de Estados Unidos y Canadá. Además, el 41.5% de las interacciones se realizan en inglés, lo que refuerza su papel como vitrina digital para promover a México en el extranjero.

Otro dato relevante es que el 65 por ciento de las consultas se realizan a través de teléfonos celulares, lo que refleja la importancia de contar con herramientas accesibles y adaptadas a dispositivos móviles para los viajeros actuales.

El rediseño de Visit México, desarrollado en conjunto con la Secretaría de Turismo, incorporó mejoras en la experiencia del usuario, como mapas interactivos, recomendaciones por tipo de ruta y ofertas turísticas de establecimientos regulados. Asimismo, se integró Kúul, un asistente virtual basado en inteligencia artificial que ayuda a los usuarios a encontrar destinos y planificar sus viajes de manera ágil mediante respuestas directas.

La ATDT destacó que el objetivo de Visit México es ofrecer información confiable sobre destinos, hospedaje y transporte, al tiempo que impulsa el desarrollo turístico del país. El proyecto forma parte de la estrategia del gobierno para fortalecer la soberanía digital, mediante el desarrollo de tecnología propia que reduzca la dependencia de proveedores externos y optimice el uso de recursos públicos.

DATOS DUROS

- De acuerdo con la Agencia de Transformación Digital y Telecomunicaciones (ATDT), este servicio registra más de 958 mil usuarios desde abril de 2025.
- De acuerdo con la dependencia, el sitio web recibe en promedio más de 40 mil consultas diarias, lo que representa un crecimiento significativo frente a las apenas 2 mil 300 visitas que registraba antes de su rediseño.



- Actualmente, la plataforma ofrece información sobre mil 496 destinos turísticos en todo el territorio nacional.
- El 41.5% de las interacciones se realizan en inglés, lo que refuerza su papel como vitrina digital para promover a México en el extranjero.
- El 65 por ciento de las consultas se realizan a través de teléfonos celulares, lo que refleja la importancia de contar con herramientas accesibles y adaptadas a dispositivos móviles para los viajeros actuales.

FUENTE

<https://mundoejecutivocdmx.com/turismo/visit-mexico-supera-los-958-mil-usuarios-en-su-primer-ano/>

Ángeles Verdes te apoya desde tu celular.

Publicado: el 04 abril 2026.

Comunicado 67/2026.- La Dirección General de Servicios al Turista Ángeles Verdes fortalece la atención a las y los viajeros en carretera mediante el uso de tecnología de vanguardia, destacando su aplicación móvil “Ángeles Verdes”.

- La secretaria de Turismo del Gobierno de México, Josefina Rodríguez Zamora, invitó a las y los mexicanos a turistar por los 32 estados durante Semana Santa, destacando que viajar por carretera permite conocer la riqueza cultural del país.
- Con 64 años de operación, Ángeles Verdes fortalece la atención mediante su aplicación móvil con geolocalización en tiempo real, que permite ubicar con precisión a las y los usuarios y enviar la unidad más cercana, reduciendo tiempos de espera y optimizando el servicio.

En el marco de la temporada vacacional de Semana Santa 2026, la Dirección General de Servicios al Turista Ángeles Verdes fortalece la atención a las y los viajeros en carretera mediante el uso de tecnología de vanguardia, destacando su aplicación móvil “Ángeles Verdes”, que permite solicitar auxilio de forma rápida y precisa a través de geolocalización en tiempo real.

Esta herramienta, disponible para dispositivos iOS y Android, utiliza geolocalización en tiempo real para facilitar la identificación exacta del usuario y el envío de la unidad más cercana, reduciendo tiempos de espera y optimizando la atención en cualquier punto del trayecto. Gracias a esta tecnología, el equipo de Ángeles Verdes puede ubicar con precisión a las y los viajeros y brindar asistencia de manera más rápida y eficiente, lo que representa un avance significativo en la forma en que se ofrece acompañamiento en carretera.

En este contexto, la secretaria de Turismo del Gobierno de México, Josefina Rodríguez Zamora, invitó a las y los mexicanos a aprovechar esta temporada para recorrer el país y descubrir su riqueza cultural y turística por carretera.

“Las y los mexicanos tenemos que turistar por los 32 estados. Cada uno tiene un imperdible en Semana Santa: procesiones, carteleras y actividades únicas. Las y los invito a que conozcan las experiencias ya listas en los diferentes estados, de cocineras tradicionales y talleres artesanales, y a vivir la Semana Santa en todo México a través de sus carreteras, con la seguridad de que un Ángel Verde los acompaña”, expresó.

Para acompañar este incremento en la movilidad turística —una de las más altas del año—, Ángeles Verdes desplegó una fuerza operativa de 550 elementos en las principales carreteras del país, además de 150 personas dedicadas a la operación de la línea de atención 078.

Este operativo, activo desde el 25 de marzo y vigente durante todo el periodo vacacional (del 27 de marzo al 12 de abril), permite cubrir 230 rutas a nivel



nacional, con énfasis en los principales corredores turísticos, garantizando presencia y atención oportuna en las 32 entidades federativas.

Por su parte, la directora general de Servicios al Turista Ángeles Verdes, Sandra Díaz Guevara, subrayó la relevancia de esta temporada para la movilidad de viajeros y reiteró el compromiso de la institución:

“Este año cumplimos 64 años al servicio de las y los turistas en México, consolidando una labor basada en la experiencia, la confianza y el acompañamiento permanente en carretera”.

Asimismo, destacó que, además del auxilio mecánico, Ángeles Verdes brinda información turística confiable, orientación sobre el estado de las carreteras y apoyo integral a las y los viajeros, tanto en sitio como a través de sus canales de atención.

Finalmente, se recomienda a quienes viajen durante esta temporada planificar sus rutas con anticipación, considerar tiempos de traslado, revisar las condiciones del camino y mantenerse informados sobre el clima, a fin de disfrutar de un viaje seguro y sin contratiempos.

DATOS DUROS

- Ángeles Verdes desplegó una fuerza operativa de 550 elementos en las principales carreteras del país, además de 150 personas dedicadas a la operación de la línea de atención 078.
- Este operativo, activo desde el 25 de marzo y vigente durante todo el periodo vacacional (del 27 de marzo al 12 de abril), permite cubrir 230 rutas a nivel nacional, con énfasis en los principales corredores turísticos, garantizando presencia y atención oportuna en las 32 entidades federativas.

FUENTE

<https://www.gob.mx/sectur/articulos/angeles-verdes-te-apoya-desde-tu-celular?idiom=es>



Viernes Santo en Iztapalapa termina con saldo blanco y reúne a más de 2 millones de fieles.

Publicado: el 03 abril 2026.

La alcaldía Iztapalapa informó que tras la actividad de la 183 Representación de la Pasión, Muerte y Resurrección de Cristo en Iztapalapa de este Viernes Santo, se registró saldo blanco "como resultado de una jornada que se vivió con orden, coordinación y compromiso".

Asimismo, informaron que desde el inicio de las festividades hasta este viernes se registró la asistencia de 2 millones 797 mil 500 personas que contaron con el apoyo de servidores públicos de diversas dependencias, así como de elementos de protección civil.

La demarcación dio a conocer que desde el Domingo de Ramos hasta el Viernes de Crucifixión se contó con la presencia de 2 mil 200 funcionarios de la alcaldía; 9 mil agentes de policía; 5 mil 600 participantes entre actores, nazarenos, extras y músicos; así como 320 elementos de servicio médico, entre otros.

Por su parte, la alcaldesa de Iztapalapa, Aleida Alavez Ruiz, destacó que a la edición de este año de la representación asistieron 618 mil 690 personas más que en 2025, lo que refleja la coordinación interinstitucional y muestra a Iztapalapa como una alcaldía bella, organizada, llena de gente buena y generosidad diaria.

Asimismo, resaltó el resultado positivo del operativo de seguridad desplegado especialmente para el evento, en puntos estratégicos de alta afluencia.

Sobre los servicios médicos resalto que 241 mil 400 personas requirieron hidratación, mientras que 10 mil 892 personas más requirieron atenciones médicas menores.

DATOS DUROS

- Desde el inicio de las festividades hasta este viernes se registró la asistencia de 2 millones 797 mil 500 personas que contaron con el apoyo de servidores públicos de diversas dependencias, así como de elementos de protección civil.
- La demarcación dio a conocer que desde el Domingo de Ramos hasta el Viernes de Crucifixión se contó con la presencia de 2 mil 200 funcionarios de la alcaldía; 9 mil agentes de policía; 5 mil 600 participantes entre actores, nazarenos, extras y músicos; así como 320 elementos de servicio médico, entre otros.
- Aleida Alavez Ruiz, destacó que a la edición de este año de la representación asistieron 618 mil 690 personas más que en 2025.



CAMARA DE COMERCIO
SERVICIOS Y TURISMO
CIUDAD DE MEXICO

FUENTE

<https://24-horas.mx/cdmx/viernes-santo-en-iztapalapa-termina-con-saldo-blanco-y-reune-a-mas-de-2-millones-de-fieles/>



Semana Santa entra en su fase de mayor movimiento; CONCANACO SERVYTUR llama a consumir en negocios formales.

Publicado: el 03 abril 2026.

- La Confederación señala que la derrama de la temporada debe traducirse en beneficios reales para micro, pequeñas y medianas empresas, así como para miles de negocios familiares en todo el país.
- Un sondeo interno preliminar entre afiliados de CONCANACO SERVYTUR reportó movimiento regular en el arranque del periodo; sin embargo, se prevé una mayor demanda conforme avance el fin de semana y al cierre de la temporada.

En el marco de Semana Santa, la Confederación de Cámaras Nacionales de Comercio, Servicios y Turismo hizo un llamado a privilegiar el consumo en negocios formalmente establecidos, a fin de que el mayor movimiento económico de estos días se traduzca en beneficios reales para las empresas, los prestadores de servicios y los negocios familiares que sostienen la economía local en todo el país.

CONCANACO SERVYTUR recordó que para esta temporada se proyecta una derrama superior a 300 mil millones de pesos a nivel nacional, por lo que subrayó la importancia de que ese dinamismo fortalezca al comercio establecido, impulse el mercado interno y contribuya a proteger el empleo en miles de comunidades.

De acuerdo con un sondeo interno preliminar realizado entre afiliados de la Confederación en sectores como hospedaje, tour operación, comercio y servicios, al arranque del periodo vacacional se observó un movimiento regular; no obstante, la expectativa es que la demanda aumente de manera importante conforme avance el fin de semana y particularmente hacia el cierre de Semana Santa.

“Estamos entrando a los días de mayor movimiento de la temporada, y eso representa una oportunidad directa para fortalecer a miles de empresas y negocios familiares que viven del comercio, los servicios y el turismo. Por eso es importante que la derrama de Semana Santa llegue al comercio formal, a los prestadores de servicios establecidos y a la economía local”, señaló Octavio de la Torre, presidente de CONCANACO SERVYTUR.

La Confederación destacó que consumir en establecimientos formales no solo impulsa la actividad económica, sino que también brinda mayor certidumbre a las y los consumidores, favorece la competencia leal y fortalece a las micro, pequeñas y medianas empresas que dependen de estas fechas para incrementar ventas, sostener empleos y mantener operación.

Asimismo, CONCANACO SERVYTUR subrayó que Semana Santa no debe entenderse únicamente como una temporada turística, sino como un periodo de alta relevancia para el mercado interno, ya que activa cadenas de valor vinculadas con alimentos, hospedaje, transporte, comercio local, servicios



recreativos y atención a visitantes en ciudades, municipios, destinos turísticos y comunidades con vida económica estacional.

FUENTE

<https://www.concanaco.org/blog/comunicados-de-prensa-4/semana-santa-entra-en-su-fase-de-mayor-movimiento-concanaco-servytur-llama-a-consumir-en-negocios-formales-1646>



Mexicana de Aviación y Viva tendrán vuelo hacia Acapulco.

Publicado: el 03 abril 2026.

El gobierno deferal anunció la reactivación de operaciones de Mexicana de Aviación hacia el puerto de Acapulco, con la apertura de la ruta desde el Aeropuerto Internacional Felipe Ángeles (AIFA) a partir de junio de 2026, ampliando las opciones de acceso desde el centro del país y fortaleciendo la llegada de turistas al destino.

Esta nueva conexión se suma a la reactivación, a partir de este 2 de abril, de la ruta Cancún–Acapulco operada por la aerolínea Viva, con dos frecuencias semanales (jueves y domingo), que en un inició realizará una breve escala en el AIFA, y en unos meses iniciar la ruta directa. Este vuelo, permite enlazar dos de los destinos turísticos más relevantes de México, diversificar mercados y ampliar el flujo de visitantes hacia el puerto.

El secretario de Turismo de Guerrero, Simón Quiñones Orozco, destacó que “esta conexión es estratégica, ya que enlaza dos de los principales destinos turísticos del país, permitiendo ampliar el flujo de visitantes, diversificar mercados y fortalecer la presencia de Acapulco a nivel nacional e internacional”.

Asimismo, subrayó que la nueva ruta AIFA–Acapulco representa una oportunidad clave para proyectar al destino hacia nuevos mercados, al integrarse a una red aérea en constante crecimiento que conecta con múltiples destinos nacionales e internacionales.

FUENTE

<https://inversion-turistica.com/2026/04/03/mexicana-de-aviacion-y-viva-tendran-vuelo-hacia-acapulco/>

Sector y ATDT digitalizan y simplifican al sector con la Ventanilla de Trámites de Turismo.

Publicado: el 31 marzo 2026.

Comunicado conjunto 014 / 2026.- La Secretaría de Turismo, en coordinación con la Agencia de Transformación Digital y Telecomunicaciones, ponen a disposición de las y los prestadores de servicios la Ventanilla de Trámites de Turismo.

- La Secretaría de Turismo del Gobierno de México y la Agencia de Transformación Digital y Telecomunicaciones ponen en marcha la Ventanilla de Trámites de Turismo, una plataforma digital gratuita, segura y 100% en línea que facilita la apertura, operación y regularización de negocios turísticos, sin necesidad de acudir a oficinas.
- La plataforma, a la que se accede mediante Llave MX, concentra en un solo sitio los trámites del sector turístico, permite inscribirse y mantener actualizado el Registro Nacional de Turismo (RNT).

La Secretaría de Turismo del Gobierno de México, en coordinación con la Agencia de Transformación Digital y Telecomunicaciones (ATDT) ponen a disposición de las y los prestadores de servicios la Ventanilla de Trámites de Turismo <https://www.ventanillaturismo.gob.mx/>, con el objetivo de facilitar la apertura, operación y regularización de los negocios turísticos en el país, a través de una plataforma digital que permite realizar trámites de manera sencilla, segura y sin costo, sin necesidad de acudir a oficinas.

Esta plataforma concentrará en un sólo sitio todos los trámites relacionados con el sector turístico, lo que representa un paso decisivo hacia la modernización de la gestión pública y la simplificación administrativa.

El acceso se realiza mediante Llave MX, el mecanismo oficial de autenticación digital del Gobierno de México, el cual garantiza seguridad, verificación de identidad y trazabilidad en cada solicitud.

La Ventanilla de Trámites de Turismo permite a las y los prestadores de servicios turísticos realizar, de manera 100 por ciento en línea, segura y sin costo, los trámites necesarios para cumplir con la normatividad vigente y mantener actualizado su registro en el Registro Nacional de Turismo (RNT).

Las personas usuarias pueden dar seguimiento en tiempo real al estatus de sus solicitudes, contar con mayor claridad sobre los requisitos, los pasos y la documentación necesaria, así como recibir atención tanto en modalidad virtual como presencial, con el acompañamiento de personal autorizado.

El RNT es un registro público obligatorio que concentra la información de todos los prestadores de servicios turísticos del país, cuya actualización permanente permite a las autoridades contar con datos confiables, fortalecer la comunicación institucional y promover un desarrollo turístico ordenado y competitivo.



La Ventanilla de Trámites de Turismo permitirá atender a personas físicas y morales del sector—incluyendo hoteles, agencias de viajes, transportadoras turísticas, touroperadores, guías de turistas, entre otros—, en los 32 estados de la República, a través de una plataforma clara, accesible e intuitiva, diseñada para facilitar el cumplimiento de las obligaciones establecidas en la normativa turística.

Entre los trámites disponibles se encuentran la solicitud del Certificado de Inscripción al RNT, con vigencia de dos años, así como el Aviso de Cierre de Operaciones, ambos sin costo y con tiempos de atención reducidos.

En una primera etapa, la plataforma concentra los trámites relacionados con el Registro Nacional de Turismo (RNT); no obstante, de manera progresiva se incorporarán otros procesos del sector, como la Clasificación Hotelera y el Distintivo Nacional de Calidad Turística, entre otros, con el propósito de ampliar su alcance y consolidarla como una herramienta integral para la gestión turística en México.

La Ventanilla de Trámites de Turismo estará disponible a partir del 30 de marzo de 2026 y con su puesta en marcha, Sectur refrenda su compromiso de impulsar la transformación digital, modernizar la gestión pública y brindar a las y los prestadores de servicios turísticos herramientas que fortalezcan su operación y la competitividad del turismo en México.

FUENTE

<https://www.gob.mx/sectur/articulos/sectur-y-atdt-digitalizan-y-simplifican-al-sector-con-la-ventanilla-de-tramites-de-turismo?idiom=es>

Las vacaciones de Semana Santa y de Pascua oportunidad para redescubrir y ser turista en la Ciudad de México.

Publicado: el 31 marzo 2026.

Las vacaciones de Semana Santa y de Pascua oportunidad para redescubrir y ser turista en la Ciudad de México

- Durante Semana Santa 2026, la Ciudad de México espera recibir a miles de visitantes consolidándose como uno de los destinos más atractivos del país • La capital ofrece una amplia agenda de turismo religioso, cultural, gastronómico, recreativo y de naturaleza

Durante la Semana Santa y de Pascua del 30 de marzo al 12 de abril, la Ciudad de México reafirma su posicionamiento como uno de los destinos turísticos más importantes y diversos del país, debido a su riqueza histórica, cultural, arquitectónica y gastronómica, sumada a sus tradiciones y modernidad, la convierten en un punto de encuentro único para visitantes locales, nacionales e internacionales durante todo el año.

Durante estas dos semanas, la capital se estima una llegada de 678 mil turistas a hoteles, así como 705.5 mil a casas de amigos y familiares, así como a establecimientos por plataformas digitales, con un total de 1.4 millones de turistas, que representa un incremento del cuatro por ciento más que lo registrado en las festividades de 2025.

Con respecto a la derrama económica y de acuerdo con datos observados durante el primer bimestre de este año, se espera que durante la Semana Santa y Semana de Pascua 2026, esta sea de 12 mil millones de pesos, es decir, 3% más que en el mismo periodo del año anterior.

Uno de los mayores atractivos de esta temporada es la Representación de la Pasión de Cristo en Iztapalapa, tradición con más de 180 años de historia y uno de los acontecimientos religiosos y comunitarios más importantes de México. Como cada año, en su edición 183, esta representación recorrerá las calles de los Ocho Barrios de Iztapalapa hasta llegar al Cerro de la Estrella.

Al respecto, la Secretaria de Turismo, Alejandra Frausto Guerrero mencionó que a la representación tradicional, acuden "visitantes de todo el país y llegan a Iztapalapa en Semana Santa para atestiguar uno de las representaciones religiosas más emocionantes y profundas del mundo".

Y subrayó que: "Tenemos más de mil actividades registradas en la página de turismo". Un ejemplo es la exposición de arte lumínico "Sólo la luz, Primavera", el cual se encuentra ubicada en la plazoleta de Paseo de la Reforma y Praga, y extendida del Ángel de la Independencia hasta la Puerta de los Leones, conforma un corredor luminoso con 13 esculturas que invitan a redescubrir la ciudad desde otra perspectiva, al "caminar distinto, mirar distinto y sentir distinto".

En el Centro Histórico de la capital, a esta tradición se suma la emblemática Visita a las Siete Casas o Siete Templos, una tradición característica en el Centro



Histórico en donde miles de familias mexicanas, así como turistas nacionales y extranjeros, recorren iglesias y templos como la Catedral Metropolitana de la Ciudad de México, el Sagrario Metropolitano y su Pinacoteca, el Templo de la Enseñanza (Nuestra Señora del Pilar, el Exconvento de San Francisco de Asís, la Iglesia de la Profesa, el Templo Expiatorio Nacional de San Felipe, el Templo de Santo Domingo y el Templo de San Hipólito, entre otros, en una experiencia que combina religión, patrimonio y convivencia familiar y social.

La oferta turística de la capital durante Semana Santa se extiende más allá del turismo religioso. En Paseo de la Reforma, una importante ruta de museos, con recintos como el Museo Nacional de Antropología, el Museo Tamayo de Arte Contemporáneo, el Museo de Arte Moderno y el Museo Nacional de Historia, mejor conocido como el Castillo de Chapultepec, considerado como uno de los corredores turísticos – históricos- culturales más representativos del país.

Ahora, la Ciudad de México cuenta con un chatbot llamado Xoli, diseñado para acompañar a visitantes y capitalinos en la exploración de la Ciudad de México, con información útil y accesible en todo momento.

Esta herramienta digital busca facilitar la experiencia de quienes recorren la capital del país, al ofrecer recomendaciones sobre lugares imperdibles, experiencias culturales y gastronómicas, así como actividades y recorridos dentro de la ciudad.

En la Alcaldía Coyoacán, la temporada ofrece una experiencia particularmente atractiva para quienes buscan historia, arte y tradición. Espacios como la Casa Azul de Frida Kahlo, el Museo Anahuacalli de Diego Rivera, el Museo Nacional de Culturas Populares y el Museo Nacional de las Intervenciones forman parte de una oferta cultural enriquecida por el encanto de sus plazas, calles empedradas y templos coloniales. Entre ellos, la Parroquia de San Juan Bautista, la antigua Iglesia de la Inmaculada Concepción “La Conchita” y la Iglesia de Santa Catarina, verdaderos referentes del patrimonio histórico y religioso de la ciudad.

Por su parte, la Alcaldía Álvaro Obregón se consolida como una gran opción para quienes desean disfrutar de la ciudad desde una combinación de gastronomía, arte y tradición. La zona de Altavista – San Ángel concentra algunos de los espacios más emblemáticos de la capital, como el Bazar del Sábado, el Museo Casa-Estudio Diego Rivera y Frida Kahlo, el Museo del Carmen y el Museo de Arte Carrillo Gil, además de una variada oferta gastronómica que convierte a esta zona en un punto imperdible para visitantes nacionales e internacionales.

En Xochimilco, las y los visitantes pueden vivir una de las experiencias más representativas de la identidad mexicana a bordo de las tradicionales trajineras, recorriendo canales que forman parte del patrimonio cultural y paisajístico de la ciudad. A ello se suma la posibilidad de disfrutar de la histórica Feria de la Nieve en Santiago Tulyehualco, una tradición con más de 180 años, que se ha convertido en un referente de la temporada por su sabor, color y arraigo comunitario.



Para públicos más jóvenes y familias que buscan actividades recreativas, la ciudad cuenta con opciones como el Parque Urbano Aztlán, en Chapultepec, con juegos mecánicos y atracciones como la Rueda Panorámica Aztlán 360, además de diversas actividades temporales en el Bosque de Chapultepec, uno de los pulmones y espacios de convivencia más importantes de la capital.

La Directora General del Instituto de Promoción Turística de la Ciudad de México, Jennie Shrem Serur, señaló que esta temporada representa una oportunidad privilegiada para redescubrir la ciudad y reconocer el valor de su diversidad turística:

“Semana Santa nos recuerda que la Ciudad de México ofrece experiencias profundamente distintas en un mismo destino: tradición, cultura, gastronomía, naturaleza y vida comunitaria. Queremos que quienes nos visitan, y también quienes viven aquí, redescubran una capital que siempre tiene algo nuevo que compartir y que recibe al mundo con identidad, hospitalidad y orgullo.”

La funcionaria destacó que, de la mano de la Jefa de Gobierno, Clara Brugada Molina, y de la Secretaria de Turismo de la Ciudad de México, Alejandra Frausto Guerrero, se trabaja para fortalecer una visión de turismo accesible, incluyente y con beneficios para las comunidades, donde la cultura, el patrimonio y el espacio público se conviertan en motores de bienestar y desarrollo.

En este contexto, la Directora General del Instituto de Promoción Turística de la Secretaría de Turismo de la Ciudad de México invita a las y los capitalinos a convertirse en visitantes de su propia ciudad, a descubrir nuevos recorridos y valorar su patrimonio.

La Ciudad de México, Corazón Grande, está lista para recibir a todas y todos con una oferta turística diversa, viva y profundamente conectada con su historia y su gente.

DATOS DUROS

- Durante estas dos semanas, la capital se estima una llegada de 678 mil turistas a hoteles, así como 705.5 mil a casas de amigos y familiares, así como a establecimientos por plataformas digitales, con un total de 1.4 millones de turistas, que representa un incremento del cuatro por ciento más que lo registrado en las festividades de 2025.
- La derrama económica y de acuerdo con datos observados durante el primer bimestre de este año, se espera que durante la Semana Santa y Semana de Pascua 2026, esta sea de 12 mil millones de pesos, es decir, 3% más que en el mismo periodo del año anterior.

FUENTE

<https://www.turismo.cdmx.gob.mx/comunicacion/nota/las-vacaciones-de-semana-santa-y-de-pascua-oportunidad-para-redescubrir-y-ser-turista-en-la-ciudad-de-mexico>