



Food tours en CDMX o cómo la gastronomía ordena flujos y llena mesas

Publicado: el 06 febrero 2026.

Por: Diego López

La gastronomía impulsa el turismo en México y se consolida como uno de los principales atractivos económicos y culturales del país

En la economía turística contemporánea, la comida ya no es un gasto accesorio: es una motivación central. **Cada vez más viajeros eligen destinos a partir de lo que pueden comer, aprender y experimentar en la mesa.** En ese mapa global, México ocupa una posición privilegiada, no solo por la riqueza de su cocina, sino por su capacidad de convertirla en experiencia turística.

La Ciudad de México se ha transformado en un laboratorio vivo de este fenómeno. Su densidad gastronómica que reúne cocinas regionales, tradición popular, mercados, fondas, cantinas y proyectos contemporáneos, la ha convertido en una capital culinaria donde comer es también una forma de entender el país. Este contexto explica la llegada de modelos de turismo gastronómico como Sherpa Food Tour, empresa fundada en Buenos Aires que, tras operar en ciudades como Londres y Ámsterdam, apostó por México como uno de sus mercados estratégicos.

Comer la ciudad: cuando la gastronomía se vuelve experiencia

A diferencia del turismo gastronómico tradicional, centrado en listas de restaurantes o experiencias de lujo, estos recorridos buscan traducir la cocina local al visitante extranjero. El modelo es simple, pero efectivo: **caminar la ciudad, visitar distintos proyectos gastronómicos y sentar a desconocidos en una misma mesa** para compartir platillos, historias e ingredientes.

Para Guillermo Borthwick, cofundador y CEO del proyecto, México tiene una ventaja difícil de replicar: “Aquí **la gastronomía no es un nicho ni una moda**, es identidad cotidiana. Eso se siente en la calle, en los mercados y en la forma en que la gente habla de comida”.

En la práctica, la experiencia combina tacos —inevitables— con propuestas de cocina regional y proyectos contemporáneos que reflejan cómo la Ciudad de México funciona como un cruce de cocinas de todo el país. El objetivo no es mostrar “lo más famoso”, sino **construir un relato gastronómico** comprensible para quien visita la ciudad por primera vez.

Gastronomía, turismo y derrama económica

El crecimiento del turismo gastronómico tiene una lectura económica clara. De acuerdo con organismos internacionales de turismo, **el gasto en alimentos y bebidas puede representar hasta un tercio del presupuesto total de un**



viajero. En destinos como la CDMX, donde la oferta culinaria es un atractivo en sí mismo, ese porcentaje suele ser mayor.

Además, estos modelos generan un efecto adicional: redistribuyen la demanda. Al llevar grupos a restaurantes en horarios de menor afluencia, permiten llenar mesas, activar cocinas y generar ingresos adicionales **sin depender exclusivamente del pico turístico tradicional.**

La lógica es clara: la gastronomía no solo atrae turistas, también ordena flujos y hace más eficiente el consumo. **Para los restaurantes, implica visibilidad y volumen controlado;** para el visitante, una experiencia curada que reduce la barrera de entrada a una cocina compleja y diversa.

México ante el Mundial 2026: la comida como protagonista silenciosa

La llegada del Mundial 2026 refuerza este escenario. Más allá del impacto hotelero o del entretenimiento, la gastronomía será uno de los principales beneficiarios del flujo turístico. **Restaurantes, cantinas, taquerías y bares ya se preparan para atender una demanda concentrada,** con menús más ágiles y propuestas pensadas para alto volumen.

Sin embargo, el reto será no sacrificar la experiencia. En zonas como la Roma, Condesa o el Centro Histórico, la saturación será inevitable. Para proyectos de turismo gastronómico, **el desafío estará en coordinar operaciones sin perder calidad,** priorizando grupos pequeños y recorridos bien planeados frente a modelos masivos.

En este contexto, la cocina mexicana vuelve a jugar un papel estratégico: su diversidad permite **crear experiencias paralelas, desde rutas de tacos hasta recorridos de mezcal o cocina regional,** mismas que alivian la presión sobre los mismos puntos y amplían el beneficio económico a más actores.

DATOS DUROS

- El gasto en alimentos y bebidas puede representar hasta un tercio del presupuesto total de un viajero.
- Para los restaurantes, implica visibilidad y volumen controlado; para el visitante, una experiencia curada que reduce la barrera de entrada a una cocina compleja y diversa.
- La llegada del Mundial 2026 refuerza este escenario. Más allá del impacto hotelero o del entretenimiento, la gastronomía será uno de los principales beneficiarios del flujo turístico.

FUENTE

<https://www.eleconomista.com.mx/bistronomie/food-tours-cdmx-gastronomia-ordena-flujos-llena-mesas-20260206-798561.html>

Retroceden llegadas de visitantes vía aérea en 2025

Publicado: el 06 febrero 2026.

Por: Alejandro de la Rosa

En el 2024, cuando se afianzaba la recuperación del sector, se presentó un incremento del 1.9 por ciento.

Turismo internacional a la baja. Durante el 2025, México recibió a 22 millones 131,002 turistas extranjeros vía aérea (con base en su país de nacionalidad), lo que representó una disminución del 0.7% en relación al año previo, de acuerdo con cifras de la Unidad de Política Migratoria (UPM), de la Secretaría de Gobernación.

En el 2024, cuando se afianzaba la recuperación del sector, se presentó un incremento del 1.9 por ciento.

Estados Unidos, el principal país emisor, registró una baja del 0.8%, al sumar 14 millones 028,024 personas. Debido a que este mercado tiene una participación del 64%, su caída impactó en el total de llegadas (en el 2024 creció 4.6%), lo que refleja la importancia para el gobierno federal de apostar a una estrategia de diversificación, la cual se detuvo tras la pandemia del Covid-19 (en el 2019 EU tenía una participación menor: 55%).

De acuerdo con el Instituto Nacional de Estadística y Geografía (Inegi), las divisas generadas por los turistas internacionales que llegan a México representan cerca del 80% del total.

En segundo lugar se ubicó Canadá, que presentó un aumento del 7.1% al sumar dos millones 828,845 personas, comportamiento similar al del año previo. En consecuencia, la ruta Toronto-Cancún fue la única del top ten que presentó un incremento: 26.1%, con base en datos de la Agencia Federal de Aviación Civil (AFAC).

De las primeras diez rutas internacionales, cuatro tienen origen en EU: Dallas/Fort Worth, Los Angeles, Houston y Chicago, y están entre las posiciones tres y siete.

En tanto, Colombia se mantiene como el tercer país emisor más relevante para México, a pesar de haber tenido una caída del 13.3% el año pasado al sumar 531,911 turistas, aerolíneas como Viva han anunciado la apertura nuevas rutas en los siguientes meses a Medellín y Cartagena desde el Aeropuerto Internacional Felipe Ángeles (AIFA).

Con base en los datos de la UPM, Reino Unido ocupa el cuarto lugar (con un aumento del 1.5% y 474,879 personas), seguido de Argentina (con un alza del 9.5% y 394,551 personas) y de España (con un incremento del 1.8% y 377,930 personas), país al que durante este año se abrirán nuevas rutas a Barcelona y Madrid, por parte de Aeroméxico e Iberia.



En la séptima posición está Francia, que tuvo una baja del 4.6% (291,900 turistas), en la octava Alemania también con signo negativo: -2.8% (254,802 turistas) y en la nueve China, con un incremento del 5.2% y 224,271 turistas.

Brasil, pese a las complicaciones por su trámite de visado que este mes se facilitará con un proceso digital, se colocó en la décima posición con 207,082, cifra menor el 4.5% a los que recibió México en el 2024.

DATOS DUROS

- En el 2024, cuando se afianzaba la recuperación del sector, se presentó un incremento del 1.9 por ciento.
- Durante el 2025, México recibió a 22 millones 131,002 turistas extranjeros vía aérea (con base en su país de nacionalidad), lo que representó una disminución del 0.7% en relación al año previo, de acuerdo con cifras de la Unidad de Política Migratoria (UPM), de la Secretaría de Gobernación.
- Estados Unidos, el principal país emisor, registró una baja del 0.8%, al sumar 14 millones 028,024 personas.
- De acuerdo con el Instituto Nacional de Estadística y Geografía (Inegi), las divisas generadas por los turistas internacionales que llegan a México representan cerca del 80% del total.
- En segundo lugar se ubicó Canadá, que presentó un aumento del 7.1% al sumar dos millones 828,845 personas, comportamiento similar al del año previo.
- La ruta Toronto-Cancún fue la única del top ten que presentó un incremento: 26.1%, con base en datos de la Agencia Federal de Aviación Civil (AFAC).
- Colombia se mantiene como el tercer país emisor más relevante para México, a pesar de haber tenido una caída del 13.3% el año pasado al sumar 531,911 turistas.
- Reino Unido ocupa el cuarto lugar (con un aumento del 1.5% y 474,879 personas), seguido de Argentina (con un alza del 9.5% y 394,551 personas) y de España (con un incremento del 1.8% y 377,930 personas).
- En la séptima posición está Francia, que tuvo una baja del 4.6% (291,900 turistas), en la octava Alemania también con signo negativo: -2.8% (254,802 turistas) y en la nueve China, con un incremento del 5.2% y 224,271 turistas.
- Brasil se colocó en la décima posición con 207,082, cifra menor el 4.5% a los que recibió México en el 2024.

FUENTE

<https://www.eleconomista.com.mx/empresas/retroceden-llegadas-visitantes-aerea-20260206-798702.html>

Airbnb revela las tendencias que marcarán la Copa Mundial de la FIFA 2026

Publicado: el 06 febrero 2026.

A medida que crece la emoción por la Copa Mundial de la FIFA 2026, la planeación de los viajeros para visitar las sedes mundialistas se pone en marcha, con un aumento en la demanda para los primeros partidos que incluyen enfrentamientos legendarios y duelos entre selecciones icónicas.

En ese sentido, Airbnb comparte tendencias sobre los patrones de viaje para el mundial, que van desde la demografía de los huéspedes hasta la aparición del llamado *gateway travel* (viajes multidesino), donde los aficionados aprovechan la oportunidad para explorar más allá de las sedes y descubrir joyas ocultas en los países anfitriones.

1. El Mundial como detonador de viajes multidesino y estancias prolongadas

Una de las tendencias más marcadas es el crecimiento del *gateway travel*, donde los viajeros utilizan la Copa Mundial de la FIFA™ como punto de partida para explorar más allá de las sedes de los partidos. En promedio, los viajeros mexicanos planean quedarse más de 10 noches durante su viaje y visitar al menos dos destinos adicionales, reflejando una clara inclinación hacia recorridos más amplios.

Por región, los viajeros de América Latina y Sudamérica registran las estancias más largas, con 16 noches en promedio, seguidos por Europa (14 noches), Asia Pacífico (13 noches) y Estados Unidos + Canadá (10 noches). Al destacar tendencias por país, los argentinos se distinguen por realizar viajes más largos, mientras que los alemanes se caracterizan por recorrer más destinos durante sus estancias, revelando cómo cada visitante planifica su experiencia de maneras distintas alrededor del torneo.

2. Viajes activados por partidos icónicos y rondas decisivas

La demanda de hospedaje no se distribuye de manera uniforme a lo largo del torneo, sino que se activa en torno a partidos específicos.

Entre los viajeros mexicanos, el encuentro México vs. Corea del Sur se posiciona como el de mayor demanda, impulsando significativamente las reservaciones. También destacan otros enfrentamientos como México vs. Sudáfrica, Inglaterra vs. Croacia, Argentina vs. Austria y Brasil vs. Marruecos, además de diversos cruces correspondientes a las rondas eliminatorias.

Esta tendencia confirma que los aficionados están planificando sus viajes estratégicamente, alineando fechas, ciudades y estancias con partidos de alto valor emocional y deportivo.



3. Preferencia por sedes mundialistas combinadas con destinos urbanos y culturales

Las ciudades que concentran el mayor número de reservaciones realizadas por viajeros mexicanos incluyen Houston, Dallas, Monterrey, Atlanta, Nueva York, Ciudad de México, Miami, Boston, San Francisco y Los Ángeles.

Esta distribución refleja no solo el atractivo de las sedes mundialistas, sino también la preferencia por combinar el torneo con destinos urbanos, culturales y de alto dinamismo turístico.

La elección de estas ciudades confirma que el viaje a la Copa Mundial de la FIFA™ se concibe como una experiencia integral, donde el fútbol convive con la exploración urbana y cultural.

4. Familias y grupos impulsan la demanda temprana de viajes

La Copa Mundial de la FIFA 2026™ está atrayendo a familias y grupos de todo el mundo para participar en lo que muchos consideran una oportunidad única en la vida. De hecho, las familias y los grupos representan más de la mitad de los viajes relacionados con el Mundial hasta la fecha, impulsando la demanda de forma anticipada.

Entre los viajeros mexicanos, 16% planea viajar en familia, con estancias promedio de dos noches. A nivel global, las estancias de dos noches son las más comunes entre este grupo, representando casi 30% de las reservaciones, seguidas por estancias de cuatro a cinco noches, que concentran más del 20%.

Los Ángeles se posiciona como la ciudad anfitriona más popular entre las familias, seguida de San Francisco, Seattle, Vancouver, Miami y Kansas City. El mayor número de reservaciones familiares proviene de viajeros con base en Chicago, Arlington (Virginia) y Los Ángeles, reflejando un fuerte interés desde las principales ciudades de Estados Unidos.

En cuanto al tipo de hospedaje, aproximadamente el 75% de las reservaciones familiares corresponde a anuncios de dos y tres habitaciones, lo que evidencia la preferencia por espacios más amplios y accesibles.

5. Millennials y Generación Z lideran las búsquedas de estancias para el torneo

Las generaciones jóvenes están marcando el ritmo de la planeación y la experiencia de viaje rumbo a la Copa Mundial de la FIFA 2026™, con Millennials y Generación Z liderando la búsqueda de estancias. La Generación X los sigue de cerca, consolidándose como los principales motores del turismo mundialista.

De manera particular, la Generación Z representa 21% de las reservaciones realizadas por viajeros mexicanos, posicionándose como un grupo clave en la planeación del torneo. Para este segmento, el viaje se concibe principalmente como una experiencia compartida: 62% viaja en grupo, 23% en pareja y solo 8%

en solitario, lo que refuerza el carácter social y colectivo con el que las audiencias jóvenes planean vivir el Mundial.

Este protagonismo también se refleja a nivel internacional. Los huéspedes de la Generación Z representan más del 15% de las reservaciones globales, y casi la mitad viaja en grupo, confirmando el atractivo del torneo entre los viajeros más jóvenes.

Entre ellos, Los Ángeles, Miami y Nueva York encabezan la lista de destinos, y más del 40% ha reservado viajes de tres a cinco noches, lo que evidencia una disposición a recorrer largas distancias para formar parte de la experiencia mundialista.

Partidos que están impulsando mayor demanda

La demanda de hospedaje no se distribuye de manera uniforme a lo largo del torneo, sino que se activa en torno a partidos específicos.

Entre los viajeros mexicanos, el encuentro México vs. Corea del Sur se posiciona como el de mayor demanda, impulsando significativamente las búsquedas de estancias alrededor de las fechas de los partidos

A continuación, se muestran algunos de los encuentros que han generado mayor demanda de espacios en la plataforma, así como los países que están impulsando más búsquedas de viajes durante el torneo:

Partidos del Mundial con mayor demanda según búsquedas de estancias en Airbnb
Haití vs. Escocia – 13 de junio, Boston, Massachusetts. Brasil vs. Marruecos – 13 de junio, Nueva York–Nueva Jersey México vs. Sudáfrica – 11 de junio, Ciudad de México, México Francia vs. Senegal – 16 de junio, Nueva York–Nueva Jersey Ganador Grupo H vs. segundo lugar Grupo J (Dieciseisavos) – 2 de julio, Los Ángeles, CA Ecuador vs. Alemania – 25 de junio, Nueva York–Nueva Jersey Noruega vs. Senegal – 22 de junio, Nueva York–Nueva Jersey Estados Unidos vs. Paraguay – 12 de junio, Los Ángeles, CA Estados Unidos vs. Australia – 19 de junio, Seattle, WA Uruguay vs. España – 26 de junio, Guadalajara, México
Países con mayor interés en viajes al Mundial:
Estados Unidos Reino Unido Canadá México Francia Alemania Brasil Colombia Australia Argentina

DATOS DUROS

- En promedio, los viajeros mexicanos planean quedarse más de 10 noches durante su viaje y visitar al menos dos destinos adicionales, reflejando una clara inclinación hacia recorridos más amplios.



- Los viajeros de América Latina y Sudamérica registran las estancias más largas, con 16 noches en promedio, seguidos por Europa (14 noches), Asia Pacífico (13 noches) y Estados Unidos + Canadá (10 noches).
- Entre los viajeros mexicanos, el encuentro México vs. Corea del Sur se posiciona como el de mayor demanda, impulsando significativamente las reservaciones.
- Las ciudades que concentran el mayor número de reservaciones realizadas por viajeros mexicanos incluyen Houston, Dallas, Monterrey, Atlanta, Nueva York, Ciudad de México, Miami, Boston, San Francisco y Los Ángeles.
- Entre los viajeros mexicanos, 16% planea viajar en familia, con estancias promedio de dos noches. A nivel global, las estancias de dos noches son las más comunes entre este grupo, representando casi 30% de las reservaciones, seguidas por estancias de cuatro a cinco noches, que concentran más del 20%.
- En cuanto al tipo de hospedaje, aproximadamente el 75% de las reservaciones familiares corresponde a anuncios de dos y tres habitaciones, lo que evidencia la preferencia por espacios más amplios y accesibles.
- La Generación Z representa 21% de las reservaciones realizadas por viajeros mexicanos, posicionándose como un grupo clave en la planeación del torneo. Para este segmento, el viaje se concibe principalmente como una experiencia compartida: 62% viaja en grupo, 23% en pareja y solo 8% en solitario.
- Los huéspedes de la Generación Z representan más del 15% de las reservaciones globales, y casi la mitad viaja en grupo, confirmando el atractivo del torneo entre los viajeros más jóvenes.
- Los Ángeles, Miami y Nueva York encabezan la lista de destinos, y más del 40% ha reservado viajes de tres a cinco noches, lo que evidencia una disposición a recorrer largas distancias para formar parte de la experiencia mundialista.

FUENTE

<https://inversion-turistica.com/2026/02/06/airbnb-revela-las-tendencias-que-marcaran-la-copa-mundial-de-la-fifa-2026/>

Toma protesta Ricardo Córdova como Presidente del Club Skål Internacional de la Ciudad de México

Publicado: el 06 febrero 2026.

Por Nexos Turísticos

Teniendo como sede de gala el hotel Four Seasons México City Reforma, el Club Skål Internacional de la Ciudad de México llevó a cabo la Toma de Protesta oficial a la nueva Mesa Directiva 2026 la cual estará presidida por Ricardo Córdova.

El reconocido y destacado Skålega José Luis Menchelli fue el encargado de llevar a cabo el acto protocolario de toma de protesta, quien estuvo acompañado de Rodrigo Álvarez, Presidente Nacional Skål México y Rafael Millán, Auditor Internacional Skål como *“Testigos de Honor”*. Por su parte, Juan Ignacio Steta, Past President mundial de Skål International, fue el encargado de realizar el cambio del Collar de Presidentes, distintivo del liderazgo en el club.

Luego de la Toma de Protesta oficial como nuevo Presidente 2026 del Club Skål Internacional de la Ciudad de México, Ricardo Córdova resaltó el valioso valor de hacer negocios entre amigos, *“no solo con skålegas de la CDMX, sino también a nivel nacional”*.

Córdova detalló que el 2026 será un año de grandes retos, *“principalmente por la realización del Mundial de Futbol en México en el que los ojos de mundo estarán puestos en Guadalajara, Monterrey y principalmente la Ciudad de México, por lo que es una gran oportunidad de demostrar que somos el club social y de amigos más importante de nuestro país, y donde vamos a mostrarle al mundo lo mejor de nuestro turismo y gastronomía”*.

La Mesa Directiva 2026 del Club Skål Internacional de la Ciudad de México quedó de la siguiente manera: Presidente, Ricardo Córdova Navarro; Vicepresidente, Alejandro Pérez; Tesorero, Rodrigo Álvarez y como Secretario, Rafael González.

Durante la velada, fue entregada a Ricardo Córdova Navarro la *“Medalla de la Amistad”*, por su compromiso para ayudar a los miembros de esta comunidad de profesionales del turismo y por sus valiosos actos de amistad. Además, se entregaron ramos de rosas a la presidenta saliente del club, Cristina Vázquez, y a la esposa del nuevo presidente de la organización, Sonia Córdova.

El menú estuvo conformado de entrada por un Arroz meloso con salsa de flor de calabaza, queso parmesano, chips de flor de calabaza y setas rostizadas. El plato fuerte lo conformó un Short Rib acompañado de zanahorias y elotes baby. El postre fue un Selva Negra de chocolate negro. El maridaje estuvo conformado por vinos de Alma Alquimista.



CAMARA DE COMERCIO
SERVICIOS Y TURISMO
CIUDAD DE MEXICO

FUENTE

<https://www.nexosturisticos.com.mx/toma-protesta-ricardo-cordova-club-skal-internacional-cdmx/>



Sector lidera, junto con agencias internacionales, la transición al turismo sostenible en costas mexicanas.

Publicado: el 05 febrero 2026.

Comunicado 023 / 2026.- Josefina Rodríguez Zamora, secretaria de Turismo de México, informó que el país impulsa el proyecto iCOAST para fortalecer un modelo turístico sostenible, incluyente y con prosperidad compartida, especialmente en destinos costeros.

- Josefina Rodríguez Zamora, secretaria de Turismo del Gobierno de México, informó que el país impulsa el proyecto iCOAST para fortalecer un modelo turístico sostenible, incluyente y con prosperidad compartida, especialmente en destinos costeros.
- iCOAST México forma parte de un programa internacional financiado por organismos ambientales multilaterales de la ONU y se implementará en destinos costeros de seis estados, con beneficios ambientales y sociales para más de 877 mil personas.
- El proyecto concluyó su fase de preparación y se encuentra en revisión técnica; una vez aprobado, iniciará su implementación con la participación de dependencias federales, gobiernos estatales, sector privado y comunidades locales

La secretaria de Turismo del Gobierno de México, Josefina Rodríguez Zamora, informó que, con el objetivo de consolidar un nuevo modelo turístico que coloque a la sostenibilidad ambiental, la inclusión social y la Prosperidad Compartida como ejes estratégicos del desarrollo del sector, nuestro país impulsa el proyecto Enfoques Colaborativos Integrados para un Turismo Sostenible (iCOAST).

La titular de la Secretaría de Turismo precisó que iCOAST México forma parte del Programa Global iCOAST, financiado por el Fondo para el Medio Ambiente Mundial (GEF), implementado por el Programa de las Naciones Unidas para el Medio Ambiente (PNUMA), con el Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD) como agencia líder, y ejecutado a nivel nacional por Pronatura Noroeste, en coordinación con el Gobierno de México.

“El objetivo es avanzar hacia una transformación estructural del sector turístico, especialmente en los destinos costeros, para fortalecer su competitividad y sostenibilidad mediante la adopción de modelos de bajo carbono, la reducción de la contaminación, el impulso a la economía circular y una mayor resiliencia climática, con beneficios directos para las comunidades y los territorios”, declaró.

Detalló que, en su implementación nacional, iCOAST México se enfoca en los destinos turísticos costeros de Baja California, Baja California Sur, Sonora, Sinaloa, Nayarit y Jalisco, regiones de alto valor ambiental y turístico que concentran una parte relevante de la actividad económica del sector, así como de la biodiversidad marina y costera del país.

Entre los principales impactos del proyecto destaca la reducción de emisiones contaminantes con un impacto climático similar al que generan más de 405 mil



toneladas de dióxido de carbono, así como la disminución de residuos plásticos, tóxicos y sustancias químicas peligrosas. Además, se fortalecerá la protección y el manejo responsable de los ecosistemas marinos y costeros. Se estima que más de 877 mil personas se beneficiarán de manera directa, con un enfoque que promueve la igualdad de género y la inclusión social.

“iCOAST representa una oportunidad para demostrar que el crecimiento del turismo puede ir de la mano con la protección de nuestros ecosistemas, la generación de empleos verdes y el fortalecimiento de las economías locales”, destacó Rodríguez Zamora.

El proyecto iCOAST México ha concluido satisfactoriamente su fase de preparación, cumpliendo en su totalidad con las actividades técnicas y financieras previstas. La propuesta fue presentada formalmente al Secretariado del GEF y cuenta con la carta de endoso del Punto Focal Operativo del GEF en México, así como con las aprobaciones internas del PNUMA y del PNUD.

Actualmente, el proyecto se encuentra en etapa de revisión técnica por parte del Secretariado del GEF, como paso previo a su autorización final. Durante este proceso, las agencias internacionales y las contrapartes nacionales mantienen una coordinación estrecha para atender observaciones y maximizar el impacto ambiental y social del proyecto.

Próximos pasos

Una vez obtenida la aprobación final, iCOAST México iniciará su fase de implementación en coordinación con las Secretarías de Turismo (Sectur), de Medio Ambiente y Recursos Naturales (Semarnat) y de Hacienda y Crédito Público (SHCP), gobiernos estatales, el sector privado, Mipymes turísticas y comunidades locales.

El proyecto contempla acciones para fortalecer los marcos normativos, movilizar financiamiento sostenible, introducir tecnologías limpias, promover prácticas de economía circular y consolidar capacidades institucionales, con el objetivo de posicionar al turismo como un aliado estratégico de la acción climática, la conservación ambiental y el desarrollo incluyente.

DATOS DUROS

- iCOAST México forma parte de un programa internacional financiado por organismos ambientales multilaterales de la ONU y se implementará en destinos costeros de seis estados, con beneficios ambientales y sociales para más de 877 mil personas.
- Se estima que más de **877 mil personas** se beneficiarán de manera directa, con un enfoque que promueve la igualdad de género y la inclusión social.

FUENTE

<https://www.gob.mx/sectur/articulos/sectur-lidera-junto-con-agencias-internacionales-la-transicion-al-turismo-sostenible-en-costas-mexicanas?idiom=es>

Podría AICM tener Terminal 3, insiste Aeroméxico

Publicado: el 05 febrero 2026.

Nadia Hernández / inversión Turística

Ante la saturación que tiene el Aeropuerto Internacional de la Ciudad de México (AICM), y al mismo tiempo su ubicación estratégica para sus operaciones, el director general de Aeroméxico, Andrés Conesa, planteó la propuesta de construir una tercera Terminal como una oportunidad estratégica.

Explicó que ahora que se invierte en el AICM, situación que no se veía en muchos años atrás, sería estratégico aumentar esa inversión para una Terminal que complementaría el sistema metropolitano de aeropuertos para alcanzar 100 millones de pasajeros al año.

“Es una oportunidad para el AICM de crecer y al sumarse con Santa Lucía que también todavía tiene oportunidad de aumentar su volumen y con Toluca, se tendría una importante cifra de pasajeros anual, lo cual es lo mínimo que requiere la zona metropolitana de la ciudad de México”, aseguró el director general de Aeroméxico.

En este momento “están invirtiendo en la Terminal 1, en la 2, es muy bienvenida, pero creo que una 3° terminal sería muy bueno para los usuarios, para la ciudad, para el país, para el propio aeropuerto y complementa muy bien el sistema metropolitano de aeropuertos», enfatizó.

Respecto al tema del Mundial de fútbol de 2026, señaló que Aeroméxico tiene contemplado un aumento de venta de boletos particularmente en la ciudad de México, Guadalajara y Monterrey, sin embargo no al grado de poner en marcha un programa de charters muy extensivo como se hizo en Brasil, explicó el directivo.

Por otra parte, Conesa informó que por los ordenamientos emitidos por el Departamento de Transporte de los Estados Unidos (DOT) con el que se cancelan 13 rutas aéreas mexicanas en la Unión Americana, Aeroméxico tuvo que cancelar los vuelos desde el Aeropuerto Internacional Felipe Ángeles (AIFA), tanto a McAllen como a Houston.

«Por la orden del departamento de transporte. No es un tema contra Aeroméxico o contra Delta en la Alianza, es un tema donde la postura del gobierno de Estados Unidos dice que el gobierno mexicano ha incumplido con el acuerdo bilateral. De lo que tengo entendido es un tema entre las dos autoridades que ha habido muy buenos avances en las pláticas», dijo Andrés Conesa.

«Ha habido buenos avances, esperemos tener eh buenos noticias ahí pronto que nos permita regresar esos vuelos y también que nos permita crecer en destinos del AICM hacia Estados Unidos porque hoy no lo podemos hacer», dijo.

Conesa expuso que recibir el reconocimiento de la aerolínea global más puntual de 2025 por parte de la consultora internacional Cirium “es un esfuerzo de todo



el equipo y áreas, pero que no se lograría sin una coordinación efectiva con todas las autoridades, particularmente las del aeropuerto de la Ciudad de México”, reconoció.

Consideró que el trabajo realizado en la asignación de slots, con criterios internacionales y bajo los mejores estándares, permitió a la aerolínea tener el reconocimiento.

«Porque antes al no hacerse eso, no había seguridad, había una muy mala asignación de los slots y estoy hablando desde antes de COVID, pero había aerolíneas que tenían slots, por ejemplo, a las 2 o 3 de la mañana y los usaban a las 9. Entonces, el número de operaciones era mayor al que se tenía autorizado y eso hacía que todos los estándares de operación de todo el mundo no fueran conforme lo planeas», expuso.

El líder de Aeroméxico puntualizó que, en la actualidad, son 44 slots por hora, lo cual se respeta, producto de la coordinación en los trabajos que se hacen entre las aerolíneas y las terminales.

DATOS DUROS

- El director general de Aeroméxico, Andrés Conesa, planteó la propuesta de construir una tercera Terminal como una oportunidad estratégica.
- Sería estratégico aumentar esa inversión para una Terminal que complementaría el sistema metropolitano de aeropuertos para alcanzar 100 millones de pasajeros al año.
- En este momento “están invirtiendo en la Terminal 1, en la 2, es muy bienvenida, pero creo que una 3° terminal sería muy bueno para los usuarios, para la ciudad, para el país, para el propio aeropuerto y complementa muy bien el sistema metropolitano de aeropuertos», enfatizó.
- Respecto al tema del Mundial de fútbol de 2026, señaló que Aeroméxico tiene contemplado un aumento de venta de boletos particularmente en la ciudad de México, Guadalajara y Monterrey.
- Conesa informó que por los ordenamientos emitidos por el Departamento de Transporte de los Estados Unidos (DOT) con el que se cancelan 13 rutas aéreas mexicanas en la Unión Americana, Aeroméxico tuvo que cancelar los vuelos desde el Aeropuerto Internacional Felipe Ángeles (AIFA), tanto a McAllen como a Houston.

FUENTE

<https://inversion-turistica.com/2026/02/05/podria-aicm-tener-terminal-3-insiste-aeromexico/>



CDMX mantiene una relación consultiva con IP por turismo

Publicado: el 05 febrero 2026.

Por El Universal

A casi cuatro meses del Mundial de la FIFA 2026, las autoridades capitalinas mantienen una “relación consultiva” con el sector turístico privado, en cuanto a inversiones para fortalecer a la Ciudad de México como destino turístico, a la par que se ha invertido en proyectos de mejoramiento urbano, que trasciendan la justa deportiva, afirmó el secretario de Administración y Finanzas (SAF), Juan Pablo de Botton.

En entrevista con EL UNIVERSAL, el secretario destacó que desde el año pasado se ha trabajado en proyectos multianuales que serán un “beneficio permanente” para los capitalinos.

“Todo el corredor de bienvenida desde el aeropuerto hacia la zona hotelera, así como la transformación urbana del área que es circunstante al estadio, y que también hace falta muchos servicios. Hemos trabajado sobre todo en seguir fortaleciendo la parte urbana ahí, tanto en tema de alumbrado como en el tema del agua. En el tema del agua, lo que nos reporta la Secretaría del Agua es que van avanzados con la recuperación de un pozo y algunas otras obras hidráulicas para asegurar que haya agua”, dijo.

FUENTE

<https://www.eluniversal.com.mx/metropoli/cdmx-mantiene-una-relacion-consultiva-con-ip-por-turismo/>

Impulsan programa de turismo social a costos accesibles

Publicado: el 05 febrero 2026.

Por Congreso Ciudad de México

- *Se trata de “Pasaporte Universal: ¡Tu pase a México y al Mundo!”, el cual busca democratizar el acceso a los viajes y al bienestar*

El Congreso de la Ciudad de México hizo un llamado a las secretarías de Turismo y de Bienestar e Igualdad Social, ambas capitalinas, para que impulsen el programa de turismo social a costos accesibles denominado “Pasaporte Universal: ¡Tu pase a México y al Mundo!”

La diputada Elizabeth Mateos Hernández (MORENA) fue la promotora del Punto de Acuerdo, que fue aprobado en la Sesión Ordinaria de este jueves, con el fin de democratizar el acceso a los viajes, toda vez que es una muestra de bienestar, igualdad de oportunidades y de un modelo de ciudad que entiende que el esparcimiento, la recreación y el ocio son componentes de una vida digna.

Al respecto, planteó que México ofrece un mapa de experiencias amplio y diverso, capaz de articular rutas culturales, naturales, gastronómicas, arqueológicas, urbanas, comunitarias y de bienestar.

“Se debe aprovechar el calendario como una herramienta para fomentar el turismo y los viajes, construir opciones y experiencias turísticas con costos accesibles para todos. El turismo es comunidad, empleo local, una oportunidad de compartir y recordar”, expresó.

La legisladora de Iztacalco afirmó que viajar ya no debe ser una aspiración lejana, sino convertirse en una oportunidad real para todos los mexicanos, sin distinción, con un enfoque social y pleno respeto a las atribuciones de cada autoridad.

De acuerdo con la Cuenta Satélite del Turismo de México, elaborada por el INEGI, en 2024 el Producto Interno Bruto turístico representó el 8.7 por ciento del PIB nacional. Por ello, insistió, es necesario plantear la dinamización regional; fortalecer las cadenas productivas locales; los servicios; el comercio y el empleo, especialmente con criterios de temporada, rutas y vocación territorial.

DATOS DUROS

- De acuerdo con la Cuenta Satélite del Turismo de México, elaborada por el INEGI, en 2024 el Producto Interno Bruto turístico representó el 8.7 por ciento del PIB nacional.
-

FUENTE

<https://www.congresocdmx.gob.mx/comsoc-impulsan-programa-turismo-social-costos-accesibles-7034-1.html>