



“México de Mis Sabores” llegará a Campo Marte como eje gastronómico del Mundial Social 2026.

Publicado: el 10 abril 2026.

Comunicado 69/2026.- La secretaria de Turismo del Gobierno de México, Josefina Rodríguez Zamora, encabezó la presentación del festival gastronómico “México de Mis Sabores”, una de las experiencias que formarán parte del Mundial Social 2026.

- El festival gastronómico “México de Mis Sabores” formará parte del Mundial Social 2026 como una plataforma de activación turística, cultural y social.
- Se realizará del 11 de junio al 19 de julio de 2026 en la Ciudad de México, dentro de Campo Marte, con una programación gastronómica semanal por regiones del país.
- Participarán cocineras tradicionales y chefs invitados de todo el país, ofreciendo más de 200 servicios diarios por dupla, además del espacio El Itacate permitirá fortalecer la economía local al otorgar hasta el 100% de los ingresos a sus participantes.

La secretaria de Turismo del Gobierno de México, Josefina Rodríguez Zamora, encabezó la presentación del festival gastronómico “México de Mis Sabores”, una de las experiencias que formarán parte del Mundial Social 2026; se trata de una estrategia que acompañará la fiesta del fútbol con una oferta cultural, gastronómica y de convivencia para toda la población.

Durante el evento realizado en el Complejo Cultural Los Pinos, la titular de la Secretaría de Turismo de México destacó que todas las actividades del Mundial Social permitirán ampliar el impacto del torneo más allá de los estadios, convirtiéndolo en una plataforma de activación turística, cultural y social.

En este marco, subrayó que México de Mis Sabores se integrará a Campo Marte 26 Santander, un punto de encuentro en la Ciudad de México para la celebración colectiva del fútbol durante el verano de 2026, donde se reunirán espectadores, música en vivo y gastronomía.

“Desde la Secretaría de Turismo asumimos el reto de convertir los grandes eventos internacionales en plataformas de activación turística. El turismo integra experiencias, conecta comunidades y transforma cada visita en una vivencia profunda”, señaló.

Acompañada por la productora general de Campo Marte 26, Berenice González Castro, y por la directora general adjunta de Estrategia, Innovación y Experiencia



del Cliente de Santander, Laura Cruz Urquiza, informó que el festival se llevará a cabo del 11 de junio al 19 de julio de 2026, en un horario de 13:00 a 19:00 horas, con una capacidad para 950 personas sentadas y una afluencia estimada diaria de entre 2 mil 500 y 4 mil asistentes, consolidándose como uno de los principales puntos de encuentro gastronómico durante el Mundial.

A lo largo de este periodo, la experiencia ofrecerá un recorrido culinario por regiones del país mediante una programación temática semanal. Iniciará con Sabores del Sur y Mundo Maya (11–17 de junio), con la participación de Campeche, Chiapas, Quintana Roo, Tabasco, Veracruz y Yucatán.

Continuará con Tesoros y Ciudades Coloniales (18–24 de junio), que reunirá a Aguascalientes, Guanajuato, San Luis Potosí, Michoacán, Querétaro y Zacatecas; seguido de El Corazón del Sabor (25–30 de junio), con Ciudad de México, Estado de México, Hidalgo, Morelos, Puebla y Tlaxcala.

Posteriormente, del 1 al 7 de julio, se presentará La Frontera y la Carnita Asada, con Baja California, Chihuahua, Coahuila, Durango, Nuevo León, Sonora y Tamaulipas; para cerrar con La Costa y el Pacífico (9–19 de julio), con Colima, Jalisco, Nayarit, Baja California Sur, Guerrero, Sinaloa y Oaxaca.

En cada jornada, chefs invitados y cocineras tradicionales trabajarán en conjunto para ofrecer una experiencia integral, con más de 200 servicios diarios por dupla, que incluyen un platillo, un postre y bebidas tradicionales como pulque o tepache. Este modelo contempla además un esquema de beneficio directo, en el que las y los participantes reciben un porcentaje de las ventas de su estado.

Como parte de esta celebración, se integrará El Itacate, un espacio complementario que amplía el acceso a la gastronomía mexicana a través de antojitos tradicionales elaborados con base en maíz, como tacos, tamales, tostadas y quesadillas, acompañados de bebidas no alcohólicas y café de estados productores.

En este espacio participarán 19 cocineras tradicionales provenientes de 14 entidades, bajo un modelo incluyente que permite que las participantes conserven el 100% de sus ingresos, fortaleciendo así la economía local y comunitaria.

Rodríguez Zamora subrayó que estas experiencias cuentan con el respaldo del Gobierno de México, al reconocer a la gastronomía como un motor social, económico y cultural que impulsa cadenas productivas, genera empleo y proyecta al país a nivel internacional.

Finalmente, destacó que la anfitrionía de México en 2026 permitirá compartir con el mundo la riqueza cultural del país, donde el deporte y la gastronomía se unen para ofrecer experiencias memorables.

Durante la presentación se contó también con la presencia de la subsecretaria de Turismo, Nathalie Desplas Puel; la directora general del Fondo Nacional para



el Fomento a las Artesanías, Sonya Santos Garza; la secretaria de Turismo de Hidalgo, Elizabeth Quintanar Gómez; el secretario de Turismo de Nayarit, Juan Enrique Suárez del Real Tostado; el presidente del Consejo Nacional Empresarial Turístico, Antonio Cosío; el presidente de la Cámara Nacional de la Industria de Restaurantes y Alimentos Condimentados, Ignacio Alarcón Rodríguez, y la representante de Permachef, Ana del Coral Lavín Rementería; entre otros.

DATOS DUROS

- Participarán cocineras tradicionales y chefs invitados de todo el país, ofreciendo más de 200 servicios diarios por dupla, además del espacio El Itacate permitirá fortalecer la economía local al otorgar hasta el 100% de los ingresos a sus participantes.
- Acompañada por la productora general de Campo Marte 26, Berenice González Castro, y por la directora general adjunta de Estrategia, Innovación y Experiencia del Cliente de Santander, Laura Cruz Urquiza, informó que el festival se llevará a cabo del 11 de junio al 19 de julio de 2026, en un horario de 13:00 a 19:00 horas, con una capacidad para 950 personas sentadas y una afluencia estimada diaria de entre 2 mil 500 y 4 mil asistentes, consolidándose como uno de los principales puntos de encuentro gastronómico durante el Mundial.
- En este espacio participarán 19 cocineras tradicionales provenientes de 14 entidades, bajo un modelo incluyente que permite que las participantes conserven el 100% de sus ingresos, fortaleciendo así la economía local y comunitaria.

FUENTE

<https://www.gob.mx/sectur/articulos/mexico-de-mis-sabores-llegara-a-campo-marte-como-eje-gastronomico-del-mundial-social-2026?idiom=es>

Llegada de turistas internacionales a México creció 4.2% en febrero.

Publicado: el 10 abril 2026.

Por: Ana Karen García

El turismo internacional de México mostró números positivos en la llegada de viajeros internacionales durante febrero del 2026. Sin embargo, se observó un gasto promedio por viajero menor en comparación con el año previo.

Durante febrero de 2026, el total de entradas de turistas internacionales creció 4.2% en comparación con el mismo periodo del año previo.

Entraron a México un total de 3 millones 880,812 turistas internacionales, que son aquellos visitantes que pernoctan al menos una noche en el país y representan casi (48%) del total de las llegadas de viajeros extranjeros, de acuerdo con los resultados más recientes de la Encuesta de Viajeros Internacionales (EVI) publicada por el Inegi.

El crecimiento se da en un contexto de recuperación del turismo global y de fortalecimiento del flujo de visitantes hacia destinos mexicanos, particularmente en segmentos vinculados al turismo de internación, que continúa siendo uno de los principales motores de captación de divisas para el país.

En paralelo, el segmento de excursionistas internacionales —visitantes que no pernoctan en México— mostró un desempeño aún más dinámico, con un aumento anual de 13.4 por ciento.

En total, la entrada de excursionistas fue de 4 millones 131,401. Este tipo de entradas de viajeros internacionales representa el 52% del total registradas.

Este crecimiento refleja un mayor dinamismo en cruces relacionados con viajes de “entrada por salida”, especialmente en estados fronterizos del norte y sur del país.

Estados Unidos lidera el origen de visitantes

La composición por país de residencia de los visitantes internacionales confirma la alta concentración del mercado turístico mexicano en Estados Unidos; el país vecino se mantiene como el principal emisor de turistas hacia México, concentrando la mayor proporción tanto en turistas de internación como en excursionistas.

Al corte de febrero del 2025, se observó que 56 de cada 100 visitantes internacionales son estadounidenses (o residentes de ese país). La cercanía geográfica, la conectividad aérea y terrestre, así como la integración económica entre ambos países son claves en este alto flujo de turismo.

En menor medida, Canadá también figura como un mercado relevante, especialmente en temporadas altas, mientras que otros países de América Latina y Europa aportan flujos complementarios.



Adicionalmente, dentro del total de turistas internacionales, destaca el peso de quienes ingresan por vía aérea, ya que este segmento no sólo concentra una proporción significativa de visitantes, sino que también registra los niveles de gasto más elevados, lo que incrementa su impacto económico.

Gasto turístico: crecimiento modesto, menor cheque promedio

Durante este segundo mes del año, el ingreso de divisas por concepto de turismo internacional mantuvo una tendencia positiva.

El gasto total de los visitantes internacionales se ubicó en niveles apenas 0.4% superiores a los observados el año previo: entraron 3,268 millones de dólares por este concepto.

Sin embargo, el comportamiento del gasto medio por visitante mostró una caída de 7.5% en comparación inter anual. Mientras el año pasado el ticket promedio por viajero (considerando turistas y excursionistas) fue de 441 dólares durante su estancia en México, este febrero bajó a 408 dólares.

Este fenómeno puede explicarse por diversos factores, entre ellos cambios en el perfil del turista, mayor participación del turismo fronterizo —que tiene un gasto significativamente menor— y ajustes en el contexto económico global.

A pesar de esta moderación, el turismo de internación, especialmente el que llega por vía aérea, continúa siendo el segmento de mayor valor para la economía mexicana, ya que concentra la mayor parte del gasto total y presenta niveles de consumo por visitante considerablemente más altos.

DATOS DUROS

- Llegada de turistas internacionales a México creció 4.2% en febrero.
- Durante febrero de 2026, el total de entradas de turistas internacionales creció 4.2% en comparación con el mismo periodo del año previo.
- Entraron a México un total de 3 millones 880,812 turistas internacionales, que son aquellos visitantes que pernoctan al menos una noche en el país y representan casi (48%) del total de las llegadas de viajeros extranjeros, de acuerdo con los resultados más recientes de la Encuesta de Viajeros Internacionales (EVI) publicada por el Inegi.
- En total, la entrada de excursionistas fue de 4 millones 131,401. Este tipo de entradas de viajeros internacionales representa el 52% del total registradas.
- Al corte de febrero del 2025, se observó que 56 de cada 100 visitantes internacionales son estadounidenses (o residentes de ese país). La cercanía geográfica, la conectividad aérea y terrestre, así como la integración económica entre ambos países son claves en este alto flujo de turismo.
- El gasto total de los visitantes internacionales se ubicó en niveles apenas 0.4% superiores a los observados el año previo: entraron 3,268 millones de dólares por este concepto.



CAMARA DE COMERCIO
SERVICIOS Y TURISMO
CIUDAD DE MEXICO

FUENTE

<https://www.eleconomista.com.mx/empresas/llegada-turistas-internacionales-mexico-crecio-4-2-febrero-20260410-808149.html>

México se posiciona como potencia turística rumbo al Mundial 2026.

Publicado: el 10 abril 2026.

Las ciudades anfitrionas del país destacan por su equilibrio entre costo, cultura y condiciones climáticas frente a otros destinos de Estados Unidos y Canadá.

México se perfila como uno de los principales destinos turísticos durante la Copa Mundial de la FIFA 2026, con la posible llegada de más de 5 millones de visitantes y un aumento importante en el dinero que los turistas gastarán durante el torneo.

Guadalajara, Ciudad de México y Monterrey concentrarán 13 partidos y reforzarán su atractivo internacional como sedes clave del evento, en un contexto de alta competencia con las ciudades de Estados Unidos y Canadá.

De acuerdo con un análisis de la plataforma especializada Live Football Tickets, las ciudades anfitrionas mexicanas destacan frente a varios destinos de Estados Unidos y Canadá en factores como precios más accesibles de hospedaje, condiciones climáticas favorables y una amplia oferta cultural.

Guadalajara encabeza la clasificación global con una puntuación de 8.19 sobre 10, impulsada por su bajo costo de vida, hoteles más económicos y un clima templado durante el periodo del torneo.

La ciudad suma 27 atracciones principales y una oferta cultural que refuerza su atractivo para quienes planean una estancia más prolongada.

En el segundo lugar se ubica Toronto, que alcanza una calificación de 8.12 sobre 10 y destaca por su nivel de seguridad y su amplia oferta de entretenimiento, aunque con costos de vida y hospedaje considerablemente más altos.

México compite con ventaja en costo y experiencia

En la tercera posición aparece Ciudad de México con una puntuación de 8.04 sobre 10, respaldada por un costo relativamente accesible frente a otras sedes internacionales y una de las ofertas culturales más amplias del listado, con cerca de 190 museos.

La capital también sobresale por su gastronomía y vida cultural, lo que amplía la experiencia de los visitantes más allá de los partidos.

Más abajo en el ranking aparecen ciudades como Los Ángeles, Kansas City, Boston, Vancouver y Atlanta, que mantienen altos niveles de infraestructura y oferta turística, aunque con costos más elevados o condiciones menos favorables en comparación con las sedes mexicanas.

En la novena posición se encuentra Monterrey con una calificación de 7.07 sobre 10, con los precios de hotel más bajos entre las ciudades analizadas y un nivel de seguridad superior al de varios destinos mejor posicionados.



La ciudad también ofrece temperaturas cálidas y pocas lluvias durante el torneo, además de una oferta cultural y gastronómica en crecimiento que fortalece su atractivo.

"México acoge la Copa Mundial de la FIFA por tercera vez es un momento importante no solo para el fútbol, sino para el sector turístico del país", afirmó Maarten Zomerdijk, co-director general de Live Football Tickets

El directivo señaló que "estas ciudades combinan cultura, gastronomía, clima y asequibilidad de una manera que pocos destinos globales pueden lograr", lo que coloca al país en una posición favorable para atraer visitantes y fortalecer su proyección turística en los próximos años.

DATOS DUROS

- México se perfila como uno de los principales destinos turísticos durante la Copa Mundial de la FIFA 2026, con la posible llegada de más de 5 millones de visitantes y un aumento importante en el dinero que los turistas gastarán durante el torneo.
- La ciudad suma 27 atracciones principales y una oferta cultural que refuerza su atractivo para quienes planean una estancia más prolongada.
- En el segundo lugar se ubica Toronto, que alcanza una calificación de 8.12 sobre 10 y destaca por su nivel de seguridad y su amplia oferta de entretenimiento, aunque con costos de vida y hospedaje considerablemente más altos.
- En la tercera posición aparece Ciudad de México con una puntuación de 8.04 sobre 10, respaldada por un costo relativamente accesible frente a otras sedes internacionales y una de las ofertas culturales más amplias del listado, con cerca de 190 museos.

FUENTE

<https://www.eleconomista.com.mx/econohabitat/mexico-posiciona-potencia-turistica-rumbo-mundial-20260410-808088.html>

Turismo en México crece 4.2% en febrero de 2026: aumentan visitantes internacionales.

Publicado: el 10 abril 2026.

Por: Jair Velázquez

El turismo en México mantiene una tendencia positiva en 2026. Durante febrero, el país registró un incremento de 4.2% en la llegada de turistas internacionales, alcanzando 3.88 millones de visitantes, de acuerdo con la Encuesta de Viajeros Internacionales publicada por el Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI).

Este crecimiento se da en un contexto de recuperación del turismo global y consolida a México como uno de los destinos más atractivos para viajeros extranjeros, especialmente en segmentos clave como el turismo de internación.

Llegada de turistas internacionales a México en 2026

En febrero de 2026 ingresaron al país 3,880,812 turistas internacionales, es decir, aquellos visitantes que pernoctan al menos una noche. Este grupo representa cerca del 48% del total de viajeros extranjeros.

El dinamismo del sector turístico mexicano responde a factores como:

- Mayor conectividad aérea.
- Recuperación del turismo internacional.
- Fortalecimiento de destinos turísticos clave.

Estos elementos han permitido mantener un flujo constante de visitantes hacia México.

Excursionistas internacionales crecen más que turistas

El segmento de excursionistas internacionales (viajeros que no pernoctan en el país) mostró un crecimiento aún más acelerado.

Durante febrero se registraron 4,131,401 excursionistas, lo que representó un aumento anual de 13.4% y el 52% del total de visitantes internacionales.

Este comportamiento refleja un mayor dinamismo en viajes de corta duración, especialmente en zonas fronterizas del norte y sur de México.

Estados Unidos lidera el turismo hacia México

El principal mercado emisor de turistas hacia México continúa siendo Estados Unidos, que concentra aproximadamente 56% de los visitantes internacionales.

Este dominio se explica por:

- Cercanía geográfica.
- Alta conectividad aérea y terrestre.
- Integración económica entre ambos países.

En segundo plano, Canadá se mantiene como un mercado relevante, especialmente en temporadas vacacionales, mientras que países de América Latina y Europa complementan el flujo turístico.

Turismo aéreo: el segmento con mayor impacto económico

Dentro del total de visitantes, destaca el turismo que ingresa por vía aérea, ya que:

- Representa una proporción significativa de turistas.
- Genera mayor gasto por visitante.
- Tiene mayor impacto en la captación de divisas.

Este segmento continúa siendo clave para la economía mexicana y el desarrollo del sector turístico.

Sigue nuestras cuentas en Facebook e Instagram para mantenerte informado con las noticias más relevantes.

Gasto turístico en México: sube ligeramente, pero cae el ticket promedio

En términos económicos, el ingreso por turismo internacional alcanzó 3,268 millones de dólares en febrero de 2026, lo que representa un crecimiento anual de 0.4%.

Sin embargo, el gasto promedio por visitante disminuyó 7.5%, pasando de:

- 441 dólares en 2025
- 408 dólares en 2026

¿Por qué bajó el gasto promedio?

Entre los factores que explican esta caída se encuentran:

- Mayor participación del turismo fronterizo (menor gasto)
- Cambios en el perfil del viajero
- Ajustes en el contexto económico global

Perspectivas del turismo en México para 2026

A pesar de la reducción en el gasto promedio, el turismo en México mantiene una tendencia positiva, impulsada por el aumento en el número de visitantes.

El país sigue posicionándose como un destino competitivo a nivel internacional, con oportunidades de crecimiento en segmentos de alto valor como el turismo de internación y el turismo aéreo.



En este escenario, el reto será incrementar el gasto por visitante y consolidar experiencias que generen mayor derrama económica en los destinos turísticos.

DATOS DUROS

- Turismo en México crece 4.2% en febrero de 2026: aumentan visitantes internacionales.
- El turismo en México mantiene una tendencia positiva en 2026. Durante febrero, el país registró un incremento de 4.2% en la llegada de turistas internacionales, alcanzando 3.88 millones de visitantes, de acuerdo con la Encuesta de Viajeros Internacionales publicada por el Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI).
- En febrero de 2026 ingresaron al país 3,880,812 turistas internacionales, es decir, aquellos visitantes que pernoctan al menos una noche. Este grupo representa cerca del 48% del total de viajeros extranjeros.
- Durante febrero se registraron 4,131,401 excursionistas, lo que representó un aumento anual de 13.4% y el 52% del total de visitantes internacionales.
- El principal mercado emisor de turistas hacia México continúa siendo Estados Unidos, que concentra aproximadamente 56% de los visitantes internacionales.
- En términos económicos, el ingreso por turismo internacional alcanzó 3,268 millones de dólares en febrero de 2026, lo que representa un crecimiento anual de 0.4%.
- Sin embargo, el gasto promedio por visitante disminuyó 7.5%, pasando de:
 - 441 dólares en 2025
 - 408 dólares en 2026

FUENTE

<https://mundoejecutivoocdmx.com/turismo/turismo-en-mexico-crece-4-2-en-febrero-de-2026-aumentan-visitantes-internacionales/>

Grupo Modelo regalará 500 boletos para Mundial FIFA 2026.

Publicado: el 10 abril 2026.

Por: Jatziri Magallanes

Daniel Cocenzo, presidente de Grupo Modelo anunció una inversión de 3 mil 600 millones de dólares para el desarrollo social, cultural y económico de México entre 2025 y 2027.

En el marco del Mundial de la FIFA 2026, la presidenta Claudia Sheinbaum, informó que Grupo Modelo regalará 500 boletos a ganadores del mundial social, garantizando transparencia en el proceso.

Al respecto, Daniel Cocenzo, presidente de Grupo Modelo anunció la inversión de 3 mil 600 millones de dólares para el desarrollo social, cultural y económico de México entre 2025 y 2027.

Detalló que la iniciativa comprende tres acciones como el regalo de 500 boletos para la Copa Mundial.

“Llevaremos pantallas móviles a las comunidades y equiparemos negocios locales para transmitir los partidos. Además, nos comprometemos a capacitar a los vendedores de cerveza en estadios y promover el consumo responsable. Grupo Modelo es un aliado para vivir el mundial en todo el país”, indicó.

A su vez, Sheinbaum Pardo aprovechó para agradecer a Grupo Modelo por su responsabilidad social y apoyo en proyectos anteriores, como la rehabilitación del hospital la Pastora en la pandemia y el desarrollo de vehículos eléctricos.

“35 mil negocios, restaurantes, fondas, que van a poder vivir el mundial sin pagar nada gracias al patrocinio de Grupo Modelo. Muchos lugares también en el país en donde se va a poder ver el mundial y, además, pues, los quinientos boletos para los partidos”.

“Estuvimos platicando con el Grupo Modelo cómo podíamos dar estos quinientos boletos, y lo que tomamos es la decisión de que sean para los ganadores del mundial social. Las y los ganadores del mundial social son lo que tienen que ser mayores de edad. Entonces, vamos a hacer algo muy transparente por parte de Conade para que se conozca quiénes ganaron, en qué torneo y puedan participar”, indicó.

FUENTE

<https://mvsnoticias.com/nacional/2026/4/10/grupo-modelo-regalara-500-boletos-para-mundial-fifa-2026-736201.html>



Industria restaurantera prevé crecimiento de hasta 20% de Semana Santa al Mundial 2026: Canirac.

Publicado: el 10 abril 2026.

Por: Diego López

El Mundial 2026 detonará un ciclo de alto consumo en restaurantes, con picos históricos en ventas, turismo y demanda gastronómica en México.

La industria restaurantera en México se encamina a uno de sus periodos más dinámicos en los últimos años, impulsada por una combinación de factores estacionales y un evento global sin precedentes.

En entrevista exclusiva para Bistronomie de El Economista, el presidente nacional de Cámara Nacional de la Industria de Restaurantes y Alimentos Condimentados (Canirac), Ignacio Alarcón Rodríguez Pacheco, anticipó que el sector podría registrar un crecimiento en ventas de hasta 20% en el periodo que inicia con Semana Santa y que alcanzará su punto máximo durante el Copa Mundial de la FIFA 2026.

Este comportamiento, explicó, no es casual. La temporada vacacional de Semana Santa marca tradicionalmente uno de los primeros repuntes del año en consumo fuera del hogar, pero en esta ocasión se ve potenciada por la antesala del Mundial, lo que genera un efecto acumulativo en la demanda. “La gente que viene, viene a comer, a desayunar y a probar la gastronomía mexicana”, señaló Alarcón, al destacar que el turismo gastronómico será uno de los principales motores del gasto durante este ciclo.

El dinamismo no será uniforme, sino que se intensificará conforme se acerque el evento deportivo. De acuerdo con el estudio *“Prepárate para el mundial: nuevas oportunidades de negocio”* de Deloitte, el consumo total asociado al Mundial podría alcanzar los 2,250 millones de dólares, de los cuales alrededor de 562.5 millones corresponderían directamente al sector gastronómico. Esta cifra coloca a los restaurantes como uno de los principales beneficiarios de la derrama económica.

Además, en los momentos de mayor demanda —principalmente entre junio y julio— las ventas podrían incrementarse hasta 29%, reflejando el impacto directo de los partidos, los eventos paralelos y la concentración de turistas en distintas ciudades del país. Se trata de un fenómeno de consumo intensivo, donde el tiempo de estancia, la convivencia y la experiencia gastronómica juegan un papel central.

El mismo análisis proyecta la llegada de 836 mil turistas, con una mezcla de 67% nacionales y 33% internacionales, lo que impactará directamente a más de 206 mil establecimientos de alimentos y bebidas en México. A esto se suma un periodo estimado de 39 días de consumo continuo, donde entre 20% y 25% del gasto se realizará en restaurantes, bares y espacios gastronómicos. En este



contexto, ciudades como Ciudad de México, Monterrey y Guadalajara concentrarán la mayor derrama económica.

Un impulso temporal con efectos estratégicos

Pese a este panorama positivo, Alarcón subrayó que se trata de un crecimiento coyuntural, concentrado en este periodo específico. Una vez concluido el Mundial, el sector regresará a su tendencia anual estimada de 4.5%, lo que refleja un crecimiento más moderado en condiciones normales de mercado.

Sin embargo, el periodo que va de Semana Santa al Mundial se perfila como una ventana estratégica sin precedentes para la industria. No solo representa mayores ingresos en el corto plazo, sino también una oportunidad para posicionar a la gastronomía mexicana ante millones de visitantes, fortalecer marcas, atraer nuevos consumidores y consolidar a México como un destino culinario de talla global.

En este sentido, el Mundial no solo será un evento deportivo, sino un catalizador económico para los restaurantes, donde la experiencia gastronómica se convertirá en uno de los principales ejes del consumo turístico en el país.

DATOS DUROS

- Ignacio Alarcón Rodríguez Pacheco, anticipó que el sector podría registrar un crecimiento en ventas de hasta 20% en el periodo que inicia con Semana Santa y que alcanzará su punto máximo durante el Copa Mundial de la FIFA 2026.
- El consumo total asociado al Mundial podría alcanzar los 2,250 millones de dólares, de los cuales alrededor de 562.5 millones corresponderían directamente al sector gastronómico.
- Las ventas podrían incrementarse hasta 29%, reflejando el impacto directo de los partidos.
- El mismo análisis proyecta la llegada de 836 mil turistas, con una mezcla de 67% nacionales y 33% internacionales, lo que impactará directamente a más de 206 mil establecimientos de alimentos y bebidas en México.
- Una vez concluido el Mundial, el sector regresará a su tendencia anual estimada de 4.5%, lo que refleja un crecimiento más moderado en condiciones normales de mercado.

FUENTE

<https://www.eleconomista.com.mx/bistronomie/industria-restaurantera-preve-crecimiento-20-semana-santa-mundial-2026-canirac-20260410-807987.html>

AICM reducirá errores humanos con seis componentes informáticos.

Publicado: el 10 abril 2026.

El Aeropuerto Internacional de la Ciudad de México (AICM) informó que puso en marcha su Nuevo Sistema de Gestión Aeroportuaria (SIGA), que se conforma de seis componentes informáticos y tecnológicos.

Con ello, se reducirán posibles errores humanos, por lo que aportará mayor eficiencia en las operaciones diarias de despegue y aterrizaje, con base en estándares de la Asociación Internacional de Transporte Aéreo (IATA, por sus siglas en inglés).

La terminal aérea señaló que la plataforma, Gestión de Slots Aeroportuarios (SLOTX), garantizará imparcialidad y transparencia en la asignación de horarios de aterrizajes y despegues (slots). El resto de los componentes entrarán en funciones a finales del próximo mes.

Este nuevo sistema se integra en módulos con tecnología de punta para crear, alojar y visualizar la información de cada despegue y aterrizaje, así como para asignar automáticamente posiciones de embarque y desembarque, bandas de recolección de equipaje, entre otros procesos, permitiendo una gestión eficiente, centralizada y en tiempo real de las operaciones con la participación de autoridades, aerolíneas y el AICM.

“La información que aparecerá en las pantallas será exacta, ya que llevará un proceso de validación más riguroso y en tiempo real. Y los pasajeros se beneficiarán de manera directa porque se optimizará la ocupación de pistas, rodajes y la asignación más eficiente de posiciones, lo que permitirá tener mayor puntualidad y menos retrasos”, aseguró el AICM.

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 su momento 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).

FUENTE

<https://www.reportur.com/aerolineas/2026/04/10/aicm-reducira-errores-humanos-con-seis-componentes-informaticos/>

Sectur lanza 4 proyectos turísticos para Nayarit, Guerrero y Veracruz.

Publicado: el 10 abril 2026.

El gobierno federal presentó una nueva estrategia para fortalecer el turismo en el país mediante el desarrollo de cuatro proyectos clave que buscan diversificar la oferta, atraer nuevos segmentos de visitantes y detonar el desarrollo regional.

La titular de la Secretaría de Turismo, Josefina Rodríguez Zamora, junto con Rafael Gómez, dio a conocer las iniciativas: el Centro Turístico Islas Marías, el Resort Boca de Chila, Marinabus Acapulco I y la Goleta Iguala.

De acuerdo con las autoridades, estos proyectos responden a una nueva visión del turismo, enfocada en experiencias auténticas, sostenibilidad y aprovechamiento responsable del patrimonio natural y cultural. “El turismo hoy son experiencias. Estos proyectos permiten a los visitantes vivir destinos únicos, con identidad, historia y contacto directo con nuestras comunidades”, afirmó Rodríguez Zamora.

Además de ampliar la oferta, las iniciativas buscan integrar a las comunidades locales, mejorar la movilidad turística y fortalecer la identidad de cada destino.

Uno de los proyectos más relevantes es el Centro Turístico Islas Marías, ubicado en Nayarit. Este destino, reconocido como Reserva de la Biosfera por la UNESCO, combina conservación ambiental con actividades turísticas de bajo impacto.

También en Nayarit, el Resort Boca de Chila se posiciona como una opción que combina descanso, naturaleza y turismo comunitario. El desarrollo cuenta con infraestructura hotelera, alberca y espacios para eventos, lo que lo convierte en un punto atractivo tanto para el turismo recreativo como para el segmento de reuniones.

En Acapulco, el Marinabus Acapulco I se presenta como una alternativa de transporte turístico accesible que conecta puntos clave del destino, como el Zócalo y Puerto Marqués, en recorridos de aproximadamente 45 minutos. Esta iniciativa también forma parte de los esfuerzos para reactivar el turismo en el puerto.

Por otro lado, la goleta Iguala, en Veracruz, ofrece una experiencia cultural a través de recorridos marítimos hacia el Fuerte de San Juan de Ulúa, integrando historia y turismo en un mismo producto.

Durante la presentación, Gómez subrayó que estos proyectos no solo amplían la oferta turística, sino que generan nuevas oportunidades económicas en distintas regiones del país.

Asimismo, destacó que, en el contexto del Mundial de 2026, México busca consolidarse como un destino de clase mundial, capaz de ofrecer experiencias diferenciadas a visitantes nacionales e internacionales.



Como lo informó *REPORTUR.mx*, Acapulco recuperó 17.000 habitaciones hoteleras de las 19.000 que tenía disponibles antes de los huracanes Otis y John, por lo que considera Sectur que están listos para recibir la edición 50 del Tianguis Turístico del 27 al 30 de abril, dijo recientemente Rodríguez Zamora. (Acapulco con 2 mil cuartos menos recibirá el Tianguis a final de abril).

FUENTE

<https://www.reportur.com/agencias/2026/04/10/sectur-lanza-4-proyectos-turisticos-para-nayarit-querrero-y-veracruz/>

Tianguis Turístico 2026, 'Edición de Oro', tendrá tour operadores de China: Josefina Rodríguez.

Publicado: el 10 abril 2026.

**Colombia país invitado.*

**Al menos 15 mil asistentes*

**Enfoque de turismo comunitario y abierto al público*

Nadia Hernández / Inversión Turística

La realización de la 50ª edición del Tianguis Turístico, llamada “Edición de Oro”, tendrá alrededor de mil compradores, la presencia de ocho países expositores, así como por primera vez, un Foro de Inversión Turística, con lo cual, se conmemora medio siglo del encuentro más importante del sector en México, señaló Josefina Rodríguez Zamora, secretaria de Turismo federal (Sectur).

“Representa el regreso de un destino que ha decidido reinventarse y mostrarse nuevamente ante el mundo”, aseguró en conferencia de prensa en Acapulco en compañía de Simón Quiñones secretario de Turismo de Guerrero.

Agregó, que la edición 2025 generó mil 100 millones de pesos en derrama económica y este 2026 superará esta cifra, toda vez que se prevé “la asistencia de ocho mil personas relacionadas con el turismo, incluso más, pues sigue el registro abierto en los siguientes días, ya que aún existen el interés de muchos usuarios por venir”, dijo.

El Tianguis Turístico 2026 contará con la participación de los 32 estados del país, del 27 al 30 de abril próximo y asistirán 250 tour operadores de diversos países, entre los cuales se encuentran los profesionales de China y Japón, que por primera vez asistirán al evento, añadió.

Rodríguez Zamora adelantó que Colombia será el país invitado y “otras nacionalidades vendrán al país: estadounidenses, canadienses, japoneses, hondureños, nicaragüenses”, además se incluirá el tema de turismo comunitario, Ventana México, y el Festival del Taco.

La mayor feria de turismo en el país estima hasta el momento la realización de 30 mil citas de negocios. Acapulco dispone de más de 17 mil habitaciones distribuidas en más de 310 hoteles. Gran parte de esa oferta ha sido remodelada, lo que ha dado una imagen distinta a las zonas turísticas tradicionales. A esto se suman obras de infraestructura urbana, mejoras en el sistema hidrosanitario, trabajos de rehabilitación en avenidas y espacios públicos, además de la remodelación del malecón, explicó.

“Quienes lleguen al Tianguis encontrarán un Acapulco que mantiene sus atardeceres, su hospitalidad y la energía que siempre lo ha caracterizado, aunque ahora acompañado por una oferta más diversa, mejor conectividad y



servicios adaptados a las nuevas exigencias del turismo internacional”, aseguró la secretaria y adelantó que Puebla será sede de la edición 2027 del Tianguis Turístico.

«Se esperan 15 mil asistentes en el Hotel Mundo Imperial, 729 compradores de 17 países. Y será un tianguis internacional. La edición pasada la hicimos en Baja California, recuerden que le llamamos binacional, pues sigue siendo ya de talla internacional, antes solamente estábamos los estados y compradores de otros países», expuso la secretaria.

DATOS DUROS

- Agregó, que la edición 2025 generó mil 100 millones de pesos en derrama económica.
- El Tianguis Turístico 2026 contará con la participación de los 32 estados del país, del 27 al 30 de abril próximo y asistirán 250 tour operadores de diversos países, entre los cuales se encuentran los profesionales de China y Japón, que por primera vez asistirán al evento, añadió.
- La mayor feria de turismo en el país estima hasta el momento la realización de 30 mil citas de negocios. Acapulco dispone de más de 17 mil habitaciones distribuidas en más de 310 hoteles.
- «Se esperan 15 mil asistentes en el Hotel Mundo Imperial, 729 compradores de 17 países.

FUENTE

<https://inversion-turistica.com/2026/04/10/tianguis-turistico-2026edicion-de-oro-tendra-tour-operadores-de-china-josefina-rodriguez/>

Maribel Rodríguez regresa al WTTC como vicepresidenta ejecutiva de Destinos.

Publicado: el 10 abril 2026.

En una serie de nombramientos que ha realizado el Consejo Mundial de Viajes y Turismo (WTTC, por sus siglas en inglés) con la llegada de Gloria Guevara, como Presidenta y CEO, se suma Maribel Rodríguez Gamero como vicepresidenta ejecutiva de Destinos.

Además de incorporar nuevos miembros al organismo, se robustece la estructura del WTTC, esta vez con el regreso de Rodríguez, quien tendrá la tarea de conectar a gobiernos, organizaciones turísticas locales, inversores y al sector privado en torno a la gestión compartida de los destinos.

El WTTC ha construido en los últimos meses una nueva estructura de gobernanza bajo el liderazgo de Gloria Guevara, ese giro se interpreta como un intento de reforzar el peso político y operativo del Consejo en los debates sobre sostenibilidad, inversiones, conectividad internacional y resiliencia del sector frente a shocks geopolíticos y económicos.

Rodríguez trabajará estrechamente con destinos, organizaciones y líderes del sector para reforzar la colaboración y situar la voz de los destinos en el centro de la conversación global, contribuyendo a generar valor a largo plazo para la industria.

Maribel Rodríguez se unió a WTTC en 2014, actualmente es la Vice Presidente Senior de Membership, Commercial & Events. Durante su carrera ha desarrollado una extensa red dentro del sector de viajes y turismo tanto en el sector público como privado. Cuenta con más de 20 años desempeñando funciones en las áreas de ventas, comunicación y marketing en diferentes mercados de Europa y Latinoamérica.

Maribel fue la Directora Ejecutiva Comercial y Miembro del Consejo en Travelodge Hotels entre 2008 y 2014, donde además sirvió como Miembro Consejera de la Asociación de Hoteles de Madrid y de la Comisión de Turismo de promoción de Madrid.

Anteriormente, Maribel pasó 11 años en la industria aérea supervisando el lanzamiento y operaciones de aerolíneas de bajo coste en los mercados del Sur de Europa para aerolíneas como: Virgin Express, Go-Fly, Easy Jet y Ryan Air. Además ha colaborado con British Airways para los mercados de España, Portugal y Francia

Por su parte, Maribel Rodríguez Gamero destacó: “Es un honor volver al WTTC en un momento en el que los destinos están más que nunca en el centro de la transformación del turismo, por eso podré todo mi empeño para colocarlos en el centro de la estrategia, fortaleciendo la colaboración público-privada”.



CAMARA DE COMERCIO
SERVICIOS Y TURISMO
CIUDAD DE MEXICO

El WTTC agrupa a más de 200 líderes empresariales de la industria a nivel global, con presencia en todos los segmentos clave, desde hotelería y aviación hasta cruceros, salud y tecnología, posicionándose como un actor fundamental en el desarrollo sostenible y el crecimiento del sector.

FUENTE

<https://inversion-turistica.com/2026/04/10/maribel-rodriguez-regresa-al-wttc-como-vicepresidenta-ejecutiva-de-destinos/>



El CNET, Sectur y Global Nexus se unen para informar en EU y Canadá que México es un país seguro.

Publicado: el 09 abril 2026.

Por: Alejandro de la Rosa

Durante el próximo Tianguis Turístico, que se celebrará del 27 al 30 de abril en Acapulco, darán un primer informe de labores.

Colaboración público-privada. El presidente del Consejo Nacional Empresarial Turístico (CNET), Antonio Cosío, aseguró que trabajan junto con la Secretaría de Turismo y la consultora Global Nexus en una estrategia de comunicación para informar en Estados Unidos y Canadá (por lo pronto) que México “está en perfectas condiciones” y es un país seguro para visitar.

Como parte de esa relación, el martes pasado tuvieron una reunión y se acordó que, durante el próximo Tianguis Turístico, que se celebrará del 27 al 30 de abril en Acapulco, darán un primer informe de labores.

En el CNET ya había planes de contratar a empresas de relaciones públicas (con amplia experiencia en manejo de crisis) y de promoción para impulsar los destinos mexicanos en el exterior. Sin embargo, el operativo del 22 de febrero en Jalisco que llevó a la captura y posterior muerte de Nemesio Oseguera (El Mencho) aceleró las decisiones.

“Estamos trabajando de la mano con la Secretaría de Turismo, a través de una agencia de relaciones públicas en Estados Unidos y Canadá para realmente lograr la comunicación adecuada con los extranjeros y que se den cuenta que México, Los Cabos, Puerto Vallarta, Guadalajara... están bien. No hay problema”, comentó el empresario.

Luego de participar en la presentación encabezada por la secretaria de Turismo, Josefina Rodríguez, del festival gastronómico México de Mis Sabores, una de las experiencias que formarán parte del Mundial Social 2026, Cosío precisó que el consejo está pagando a la firma fundada y presidida por Rubén Olmos unos cuatro mil dólares al mes.

A la par, el consejo cuenta con la asesoría del mexicano Eduardo Chaillo, experto en el tema de turismo de reuniones que vive en EU. En tanto que, en tema de promoción, por lo pronto, han firmado un acuerdo de colaboración con ASETUR, que agrupa a las secretarías y secretarios de Turismo de México.

El Mundial, gran oportunidad

En reunión con medios, Cosío destacó además la colaboración que están teniendo con diversas instancias del gobierno federal para lograr que el Mundial de fútbol se realice de la mejor manera y que el turismo en México se beneficie en el largo plazo.



“Para nosotros es muy importante que el mundial salga bien. Si todo sale bien la promoción para 2027 será exponencial y captaremos muchos más turistas internacionales en beneficio del país. Que salgan bien las cosas quiere decir que sea una gran experiencia, que la gente salga feliz porque entonces la gente va a hablar bien de México. Estamos seguros que con la coordinación que se tiene ahora con todas las dependencias lo vamos a lograr”, refirió.

FUENTE

<https://www.eleconomista.com.mx/empresas/cnet-sectur-global-nexus-unen-informar-eu-canada-mexico-pais-seguro-20260409-808083.html>

Algoritmo viajero.

Publicado: el 09 abril 2026.

Por: Alejandra Bailon

Tecnología y turismo: el algoritmo que ya quiere viajar por ti

Durante décadas, el turismo fue una construcción profundamente humana. El deseo nacía de una historia, una imagen, una recomendación o incluso una intuición. Elegir un destino implicaba tiempo, duda, comparación y, sobre todo, imaginación. Pero el algoritmo cambió todo.

La inteligencia artificial no solo ha llegado al turismo, sino que se ha instalado en el corazón mismo de la decisión. Lo que antes era un proceso emocional ahora es, cada vez más, un proceso asistido, optimizado y, en muchos casos, guiado por algoritmos.

Empresas como Google, Airbnb y Amadeus IT Group están desarrollando sistemas capaces de analizar comportamientos, predecir preferencias y sugerir decisiones antes de que el usuario siquiera formule la pregunta.

Y ahí está el punto clave:

ya no se trata solo de ayudarte a viajar...

sino de ayudarte a decidir cómo hacerlo.

El turismo entra en la era de la predicción

El cambio más profundo no es tecnológico, sino conceptual.

El turismo está pasando de ser una industria basada en la búsqueda... a una basada en la predicción.

Antes, el viajero buscaba información.

Hoy, la información busca al viajero.

Los algoritmos analizan:

- historial de búsquedas
- comportamiento en redes sociales
- preferencias de consumo
- ubicación
- incluso estados emocionales inferidos

Con estos datos, las plataformas generan recomendaciones que parecen personalizadas, pero que en realidad responden a modelos predictivos diseñados para maximizar la conversión.



Esto cambia completamente la lógica del viaje.

Ya no eliges desde cero.

Eliges dentro de un menú previamente filtrado para ti.

Google: del buscador al arquitecto del viaje

Uno de los actores más relevantes en esta transformación es Google.

Con herramientas como Canvas y Ask Maps, la compañía está rediseñando el proceso completo de planificación turística.

Hoy es posible:

- generar itinerarios completos en segundos
- comparar vuelos, hoteles y experiencias
- recibir recomendaciones personalizadas
- navegar destinos de forma conversacional

Todo dentro del mismo ecosistema.

Esto significa que Google ya no es solo un intermediario. Se está convirtiendo en el punto central del viaje.

Y cuando una sola plataforma controla la inspiración, la comparación y la decisión... también controla gran parte del negocio.

La ilusión de la personalización

La inteligencia artificial promete una experiencia más relevante.

Y en muchos casos lo logra.

Sin embargo, existe una paradoja:

la personalización puede reducir la diversidad.

Cuando un sistema aprende lo que te gusta, tiende a reforzarlo.

Eso genera:

- recomendaciones repetitivas
- experiencias similares
- pérdida de descubrimiento

El usuario siente que todo está hecho a su medida... pero en realidad está viendo versiones optimizadas de sí mismo.

Viajar deja de ser exploración y se convierte en confirmación.

Datos que revelan una adopción acelerada

El crecimiento de la inteligencia artificial en turismo es innegable.

Según estudios recientes de Amadeus IT Group:

- el uso de IA en planificación de viajes creció más del 60%
- más del 35% de los usuarios confía en sus recomendaciones
- el ahorro de tiempo es el principal beneficio

Pero también existen señales de alerta:

- errores en la información
- falta de contexto
- recomendaciones poco precisas

Esto evidencia que la tecnología aún no es perfecta, aunque se venda como tal.

Airbnb y la evolución hacia el asistente total

Airbnb está evolucionando rápidamente hacia un modelo más integral.

Ya no solo conecta viajeros con alojamientos.

Ahora busca convertirse en un asistente completo de viaje:

- recomendaciones
- planificación
- atención al cliente con IA
- experiencias personalizadas

Esto implica que el usuario permanece dentro del ecosistema durante todo el viaje.

La comodidad aumenta.

Pero también la dependencia.

El verdadero negocio: la visibilidad

En el turismo digital, la visibilidad lo es todo.

Y la inteligencia artificial decide qué es visible.

Esto implica que:

- los destinos más recomendados no siempre son los mejores
- las opciones mostradas responden a intereses comerciales



- el usuario ve una versión filtrada del mundo

La IA no es neutral.

Es una herramienta diseñada para optimizar resultados...
y esos resultados no siempre coinciden con el interés del viajero.

Impacto en destinos y experiencias

La hiperrecomendación tiene consecuencias reales.

Entre ellas:

- saturación de destinos
- aumento de precios
- pérdida de autenticidad
- experiencias estandarizadas

Muchos lugares pasan de ser secretos locales a fenómenos virales en cuestión de semanas.

El turismo se vuelve más accesible...

pero también más uniforme.

El papel del factor humano

En este contexto, el valor humano adquiere una nueva relevancia.

El agente de viajes, el experto, el curador de experiencias...

vuelve a ser clave.

Porque la inteligencia artificial optimiza...

pero no interpreta con profundidad.

El humano entiende matices, emociones y contextos complejos.

Puede recomendar no solo lo que es popular...

sino lo que realmente es adecuado.

El reto no es tecnológico, es humano

La inteligencia artificial seguirá evolucionando.

Eso es inevitable.

Pero el verdadero reto no es adaptarse a la tecnología...



sino mantener el criterio frente a ella.

Porque viajar no es solo eficiencia.

Es emoción, sorpresa y descubrimiento.

Y eso... todavía no lo puede replicar ningún algoritmo.

FUENTE

<https://www.travelreport.mx/tecnologia/algoritmo-y-turismo-inteligencia-artificial-viajes-2026/>



Puerto Escondido despega en el mercado internacional Air Canada incrementa su oferta más de 400% para invierno 2026.

Publicado: el 09 abril 2026.

Puerto Escondido fortalece su posicionamiento global con la expansión de operaciones de Air Canada, que anunció una nueva ruta directa desde Vancouver y el incremento de frecuencias desde Toronto, en una apuesta clara por el potencial turístico del destino oaxaqueño.

A partir del 7 de diciembre de 2026, la aerolínea canadiense iniciará operaciones entre Vancouver (YVR) y Puerto Escondido (PXM) con dos frecuencias semanales —lunes y viernes—, ampliando de manera significativa la conectividad internacional durante la temporada de invierno.

El itinerario contempla salidas nocturnas desde Vancouver a las 22:30 horas, con llegada a Puerto Escondido a las 06:25 horas del día siguiente, mientras que el vuelo de regreso despegará a las 07:30 horas para aterrizar en Canadá a las 11:50 horas.

Como parte de esta expansión, Air Canada también sumará una frecuencia semanal adicional en la ruta Toronto–Puerto Escondido, que operará los viernes y se sumará al servicio actual de los miércoles, fortaleciendo su presencia en el mercado canadiense y ofreciendo mayor flexibilidad a los viajeros.

La estrategia incluye además un aumento en la capacidad operativa, al incorporar aeronaves Boeing 737 MAX 8 con 177 asientos, en sustitución de equipos de menor capacidad. Este ajuste responde a la creciente demanda hacia el destino y permite maximizar la oferta en temporada alta.

El impacto será contundente: la oferta total de asientos de Air Canada hacia Puerto Escondido registrará un incremento superior al 400% en comparación con la temporada de invierno actual, consolidando al destino como uno de los mercados de mayor crecimiento dentro de la red de la aerolínea en México.

Este movimiento no solo refleja la confianza de la aerolínea en el potencial turístico y comercial de Puerto Escondido, sino también el resultado de una estrategia coordinada entre Aeropuertos Mexicanos, la industria turística y los actores locales, enfocada en atraer turismo internacional de mayor valor.

Con esta expansión, Puerto Escondido se posiciona cada vez más como un destino competitivo en el mapa global, particularmente en el segmento de viajeros canadienses, mientras avanza en su consolidación como uno de los puntos emergentes más dinámicos del Pacífico mexicano.

Aeropuertos Mexicanos, por su parte, refuerza su apuesta por el desarrollo de conectividad aérea como motor del turismo, con una visión orientada a generar mayor derrama económica, fortalecer la llegada de visitantes internacionales y detonar oportunidades para las comunidades locales.



CAMARA DE COMERCIO
SERVICIOS Y TURISMO
CIUDAD DE MEXICO

FUENTE

<https://pasilloturistico.com/air-canada-incrementa-su-oferta-mas-de-400-para-invierno-2026/>

Civitatis convierte el Mundial 2026 en una ruta de viaje por México, más allá de los estadios.

Publicado: el 09 abril 2026.

A unos meses del arranque de la Copa Mundial de la FIFA 2026, Civitatis apuesta por llevar la experiencia mundialista más allá de la cancha con el lanzamiento de una plataforma especial que invita a descubrir México a través de sus ciudades sede.

Se trata de una landing page diseñada para transformar cada partido en una excusa para explorar, conectar con la cultura local y vivir el destino antes y después de los 90 minutos. Desde tours urbanos hasta escapadas de ida y vuelta, la propuesta reúne experiencias seleccionadas por expertos locales, pensadas tanto para visitantes internacionales como para el mercado doméstico.

“Un Mundial no es solo lo que sucede dentro del estadio, sino todo lo que se vive alrededor. Queremos que los viajeros encuentren en nuestra plataforma una guía para sumergirse en la esencia de cada ciudad mientras siguen el camino de la Selección Mexicana”, explicó Juan Rossello, Country Manager de Civitatis en México.

La plataforma no solo se enfoca en México, sino que también acompaña a los aficionados que planean seguir el torneo en Estados Unidos y Canadá, ampliando el alcance del viaje mundialista.

Ciudad de México: del Mundial a las experiencias icónicas

En la Ciudad de México, donde se disputarán partidos clave como el inaugural, la oferta supera las 150 actividades. Desde clásicos como Teotihuacán o Xochimilco, hasta experiencias que resignifican la ciudad: recorrer Coyoacán o aventurarse en Iztapalapa con actividades como rappel al atardecer en el Cerro de la Estrella.

Guadalajara: tradición, fiesta y paisaje agavero

En Guadalajara, el Mundial se vive entre cantinas, mariachi y experiencias únicas como recorridos en autobuses temáticos o trenes por el paisaje agavero — Patrimonio de la Humanidad—. Para quienes buscan relajarse, las aguas termales de San Juan Cosalá ofrecen una pausa perfecta.

Monterrey: adrenalina y naturaleza en clave mundialista

Aunque la Selección Mexicana no jugará en Monterrey, la ciudad será escenario de partidos clave y una oferta que mezcla ciudad y aventura: desde recorridos nocturnos por Parque Fundidora hasta experiencias extremas como rappel en el Cerro del Topo Chico o exploración de las Grutas de García.

Con esta apuesta, Civitatis no solo capitaliza el flujo turístico que detonará el Mundial, sino que redefine la manera de vivirlo: no como un evento aislado, sino



CAMARA DE COMERCIO
SERVICIOS Y TURISMO
CIUDAD DE MEXICO

como una plataforma para activar destinos, extender estancias y conectar al viajero con la esencia de cada ciudad.

FUENTE

<https://pasilloturistico.com/civitatis-convierte-el-mundial-2026-en-una-ruta-de-viaje-por-mexico-mas-alla-de-los-estadios/>

Así quedarán las estaciones del Metro de CDMX renovadas para el Mundial 2026 | FOTOS.

Publicado: el 09 abril 2026.

Por: Edgar Segura

De cara al Mundial 2026 se intervienen 18 estaciones del Metro de CDMX. Murales, arte y nuevas fachadas son algunas novedades que tendrán.

Al informar sobre los trabajos de mantenimiento que se llevan a cabo en el Metro de CDMX como parte del plan de movilidad para el Mundial de 2026, el director general del Sistema de Transporte Colectivo, Adrián Rubalcava, mostró *renders* donde se aprecia el aspecto que tendrán las estaciones donde se llevan a cabo trabajos de remodelación.

Durante la conferencia de prensa encabezada por la jefa de Gobierno, Clara Brugada, este 8 de abril Rubalcava Suárez reconoció que las obras “están generando en este momento muchas molestias” para el público usuario. No obstante, aseguró que “son obras que van a perdurar en el tiempo”.

“No solamente son una ‘manita de gato’, sino que es una intervención profunda e importante”, afirmó.

Murales, arte y nuevas fachadas

En las imágenes compartidas por Rubalcava se aprecia que las estaciones remodeladas contarán con novedades como obras de arte, murales y fachadas distintas a las que usuarias y usuarios están acostumbrados a ver.

El director general del Metro mostró principalmente *renders* del aspecto que tendrán las estaciones de la Línea 2, que va de Cuatro Caminos a Taxqueña y que será uno de los principales medios de transporte hacia el Estadio Banorte durante el Mundial 2026.

En la estación General Anaya se aprecia que la estructura del puente que comunica la entrada con los andenes tendrá un nuevo recubrimiento en color negro. Asimismo, en los cristales de dicho pasillo se aprecia la imagen de un ajolote, especie endémica de CDMX.

Por su parte, un render de la estación Xola muestra que, además, las fachadas de las estaciones tendrán un nuevo recubrimiento de color café, así como cristales donde anteriormente había mallas metálicas.

Además, la estación Portales contará con un mural de Quetzalcóatl construido a partir de mosaicos.

En cuanto a los interiores, las estaciones también tendrán pinturas y obras de arte.



¿Qué estaciones del Metro de CDMX se renovarán para el Mundial de 2026?

De acuerdo con la presentación del director General del Metro, de cara al Mundial de 2026 se intervendrán un total de 18 estaciones:

- Taxqueña (Línea 2)
- General Anaya (Línea 2)
- Ermita (Línea 2)
- Portales (Línea 2)
- Nativitas (Línea 2)
- Villa de Cortés (Línea 2)
- Xola (Línea 2)
- Viaducto (Línea 2)
- Chabacano (Línea 2)
- San Antonio Abad (Línea 2)
- Pino Suárez
- Zócalo (Línea 2)
- Allende (Línea 2)
- Bellas Artes (Líneas 2 y 8)
- Hidalgo (Línea 2)
- Revolución (Línea 2)
- Garibaldi (Línea 8)
- Universidad (Línea 3)

Rubalcava no hizo mención de la estación Auditorio de la Línea 7, que también se encuentra cerrada hasta nuevo aviso por obras de remodelación. En su momento, el propio director del Metro de CDMX explicó que dicha estación se remodelará debido a su ubicación estratégica en una zona de hospedaje para turistas que visiten la capital por el Mundial.

¿En qué consistirá el mantenimiento mayor al Metro de CDMX para el Mundial 2026?

Adrián Rubalcava explicó que actualmente se lleva a cabo un mantenimiento mayor en estaciones del Metro de CDMX con el fin de mejorar la experiencia de las y los usuarios. Los trabajos incluyen la renovación de las estaciones, la zona de vías y hasta de los trenes.

En cuanto a los trenes, el director del Metro explicó que en la Línea 2 se incrementará la flotilla de 28 a 32 unidades. “Esto nos va a permitir poder mejorar la frecuencia de paso de los trenes: entre más trenes, mejor frecuencia”, comentó. Asimismo, se sustituirán zapatas, baleros y se revisarán los sistemas de apertura de puertas y los frenos. Incluso se realizará el cambio de vidrios de los trenes.

Por otro lado, en cuanto a las vías, se sustituirán durmientes y se revisará la nivelación del riel para evitar bamboleos y vibraciones en los trenes durante los trayectos. Además, se realizará el cambio del cableado eléctrico.



Finalmente, al interior de las estaciones, ya se rehabilitaron 54 escaleras eléctricas. Se mejorará la iluminación, la ventilación y se sustituirán los torniquetes por puertas automáticas.

Para todo lo anterior, la inversión será de 1,500 millones de pesos proporcionados por el Gobierno Federal, pero administrados por el Gobierno de CDMX.

“Todas las obras que aquí se mencionaron, sí van a estar listas para antes del Mundial”, aseguró la jefa de Gobierno, Clara Brugada, al referirse al plazo de entrega de los trabajos en el Metro.

FUENTE

<https://www.chilango.com/noticias/transporte/metro-de-cdmx-asi-quedaran-las-estaciones-renovadas-mundial-2026-fotos/>



Rumbo al Mundial, taxistas de CDMX solicitan diálogo con autoridades para profesionalizar servicio.

Publicado: el 08 abril 2026.

Por: Nayelli Ramírez Bautista

Ciudad de México. La agrupación ConoTaxi solicitó una mesa de trabajo con autoridades locales y federales rumbo a la Copa Mundial de la FIFA 2026, con el objetivo de fortalecer la profesionalización del servicio.

En un comunicado, señaló que busca establecer un diálogo directo con los equipos de planeación para integrarse a la estrategia de movilidad del evento. Entre sus propuestas destacan la capacitación continua en coordinación con la Secretaría de Turismo y de Movilidad, así como el impulso a la modernización del sistema para mejorar la calidad del servicio.

Los representantes afirmaron que el sector es clave para la movilidad urbana y se dijeron listos para colaborar durante el Mundial. Además, solicitaron participar en las mesas de diálogo con la Asociación Mexicana de Transporte y Movilidad (AMTM) en mayo.

FUENTE

<https://www.jornada.com.mx/noticia/2026/04/08/capital/rumbo-al-mundial-taxistas-de-cdmx-solicitan-dialogo-con-autoridades-para-profesionalizar-servicio>

Así será el nuevo Centrobús en CDMX: rutas, paradas y fecha de inicio rumbo al Mundial 2026.

Publicado: el 08 abril 2026.

Por: Leonardo Lugo V

Todo sobre el Centrobús: el nuevo transporte que revolucionará el Centro de CDMX con la Ruta de las Mujeres Indígenas.

La Ciudad de México acelera su transformación en movilidad sustentable de cara a la Copa del Mundo 2026 con la implementación del Centrobús, la Ruta de las Mujeres Indígenas, un nuevo sistema de transporte eléctrico que operará en el corazón de la capital.

El proyecto, que estará a cargo de la Red de Transporte de Pasajeros (RTP), busca mejorar la conectividad, reducir emisiones contaminantes y ofrecer una alternativa moderna para residentes y turistas en el Centro Histórico.

Centrobús: transporte eléctrico, incluyente y operado por mujeres

El director general de RTP, Daniel Arcos Ramírez, informó que este nuevo sistema contará con 12 autobuses 100% eléctricos de última generación, diseñados especialmente para calles estrechas, con una longitud aproximada de 9 metros y capacidad de hasta 80 pasajeros.

Las unidades estarán equipadas con:

- Accesibilidad universal para personas con discapacidad
- Asientos preferentes
- Sistema de arrodillamiento
- Videovigilancia
- Tecnología de monitoreo en tiempo real

Además, un aspecto destacado es que las unidades serán operadas exclusivamente por mujeres, reforzando la inclusión laboral y el enfoque social del proyecto.

Este modelo se alinea con la tendencia de electromovilidad que impulsa la capital rumbo al Mundial 2026.

Dos circuitos y más de 30 paradas en el Centro Histórico

El Centrobús contará con dos circuitos principales (interior y exterior) que recorrerán vialidades clave del Centro Histórico:

- Ruta exterior (6.2 km): República del Salvador, Circunvalación, República de Venezuela y Eje Central
- Ruta interior (5.8 km): República de Uruguay, Donceles, Eje Central y Avenida Circunvalación



En total, el sistema tendrá alrededor de 33 a 34 paradas, conectando puntos estratégicos como zonas culturales, comerciales y turísticas.

Entre los principales puntos de interés destacan:

- Torre Latinoamericana
- Palacio de Bellas Artes
- Zócalo capitalino
- Templo Mayor

El objetivo es facilitar la movilidad tanto de capitalinos como de visitantes durante el evento deportivo más importante del mundo.

Fecha de inicio, horario y operación

El Centrobús iniciará operaciones el 8 de mayo de 2026, justo semanas antes del arranque del Mundial.

- Horario: 05:00 a 23:00 horas, todos los días
- Frecuencia: cada 15 minutos
- Tiempo de recorrido: aproximadamente 40 minutos por circuito

Se estima una demanda mínima de más de 88 mil usuarios mensuales, lo que lo posiciona como una alternativa clave para la movilidad en el primer cuadro de la ciudad.

Inversión y beneficios para la ciudad

El proyecto requirió una inversión de 111 millones de pesos, logrando incluso un ahorro respecto al presupuesto original.

Además de mejorar la movilidad, el Centrobús contribuirá a:

- Reducir el tráfico vehicular
- Disminuir emisiones contaminantes
- Integrar distintos sistemas de transporte mediante la Tarjeta de Movilidad Integrada
- Impulsar el turismo en el Centro Histórico

Este nuevo sistema forma parte de una estrategia integral que incluye la modernización de otros transportes como el Tren Ligero y el Trolebús, con miras a ofrecer una ciudad más eficiente y sustentable durante el Mundial 2026.

Un transporte clave para el Mundial 2026

El Centrobús no solo será una solución de movilidad, sino también un elemento simbólico que proyecta a la Ciudad de México como una urbe moderna, incluyente y comprometida con el medio ambiente.



Con rutas que conectan los principales atractivos turísticos y una operación sustentable, este sistema apunta a convertirse en uno de los ejes de movilidad más importantes durante la justa mundialista.

FUENTE

<https://www.publimetro.com.mx/noticias/2026/04/08/asi-sera-el-nuevo-centrobus-en-cdmx-rutas-paradas-y-fecha-de-inicio-rumbo-al-mundial-2026/>



Tianguis Turístico México: 50 años de evolución que redefinen al turismo nacional.

Publicado: el 07 abril 2026.

El Tianguis Turístico México cumple 50 años consolidado como la principal plataforma de negocios del sector en el país, con una historia marcada por la transformación, la resiliencia y una creciente proyección internacional.

Desde su primera edición en 1976 en Acapulco -entonces bajo el nombre Feria Internacional de Hoteles y Agencias Turísticas- el evento ha evolucionado al ritmo de la industria, ampliando su alcance y adaptándose a las nuevas dinámicas del turismo global.

Durante estas cinco décadas, el Tianguis ha transitado de un formato concentrado a un modelo itinerante que inició en 2012 con su realización en Puerto Vallarta y Riviera Nayarit, marcando un parteaguas en la descentralización turística. A partir de entonces, sedes como Puebla, Cancún, Guadalajara, Mazatlán y Mérida han contribuido a diversificar su narrativa y posicionarlo como un escaparate integral del país.

Un punto de inflexión llegó con la edición digital durante la pandemia, que evidenció la capacidad del sector para reinventarse. Posteriormente, la reactivación presencial en Mérida marcó el inicio de la recuperación, reforzando la relevancia del encuentro cara a cara para la generación de negocio.

Hoy, bajo la operación de CREATURISMO y en coordinación con la Secretaría de Turismo (SECTUR), el Tianguis ha fortalecido su perfil internacional. La edición binacional entre Baja California y San Diego rompió récord con más de 71 mil citas de negocio, mientras que encuentros recientes han alcanzado la participación de cerca de 90 países, confirmando su peso global.

Para su 50 aniversario, el regreso a Acapulco no es casual: es un guiño a su origen y una declaración de continuidad. Esta edición reúne cerca de mil compradores de los cinco continentes, más de 2,900 expositores y la representación de las 32 entidades del país, consolidando su dimensión como punto de encuentro estratégico para la industria.

Además, por primera vez, el Tianguis incorpora expositores internacionales, dando un paso más hacia su consolidación como una plataforma verdaderamente global.

Eduardo Martínez, director de CREATURISMO, lo resume así: el Tianguis no solo es un espacio de negocio, sino el reflejo de una industria que ha sabido evolucionar frente a los desafíos.

El Tianguis Turístico México deja de ser únicamente una vitrina nacional para posicionarse como un nodo de conexión internacional. A 50 años de su creación, el reto ya no es crecer, sino competir globalmente y capitalizar su peso como el gran articulador del turismo mexicano ante el mundo.



CAMARA DE COMERCIO
SERVICIOS Y TURISMO
CIUDAD DE MEXICO

FUENTE

<https://pasilloturistico.com/tianguis-turistico-mexico-50-anos-de-evolucion-que-redefinen-al-turismo-nacional/>