



CONCANACO SERVYTUR y CONOCER impulsan ruta de certificación de competencias para profesionalizar al comercio, los servicios y el turismo.

Publicado: el 13 abril 2026.

CONCANACO SERVYTUR y CONOCER impulsan certificación para fortalecer empresas y negocios familiares.

- La agenda conjunta fortalecerá la productividad, la formalización y el acceso a mejores oportunidades económicas para microempresas, negocios familiares y sus colaboradores.
- La iniciativa impactará a más de 5.2 millones de negocios representados por CONCANACO SERVYTUR en todo el país.

Con el objetivo de mejorar las habilidades y certificaciones del capital humano en México, la Confederación de Cámaras Nacionales de Comercio, Servicios y Turismo (CONCANACO SERVYTUR México) sostuvo una reunión estratégica con el Consejo Nacional de Normalización y Certificación de Competencias Laborales (CONOCER), entidad de la Secretaría de Educación Pública.

Esta alianza busca fortalecer la productividad, la competitividad y la formalización de microempresas y negocios familiares, que representan más de 5.2 millones de unidades económicas en el país.

Durante el encuentro participaron autoridades de ambas instituciones, encabezadas por el presidente de CONCANACO SERVYTUR, Dr. Octavio de la Torre de Stéfano, y la directora general del CONOCER, Mtra. María Guillermina Alvarado Moreno.

Como resultado, se establecieron acuerdos para construir una agenda conjunta orientada a ampliar la cultura de certificación de competencias y fortalecer las capacidades laborales en los sectores de comercio, servicios y turismo.

Entre los principales acuerdos destacan:

- Firma de un Convenio de Colaboración para difundir el Sistema Nacional de Competencias.
- Participación en el diseño de Estándares de Competencia a través de Comités de Gestión.
- Integración de CONCANACO SERVYTUR a nuevos comités sectoriales.
- Realización de mesas de trabajo para impulsar estrategias de formación, evaluación y certificación.
- Fortalecimiento de la Entidad de Certificación y Evaluación de CONCANACO SERVYTUR.

La certificación de competencias es una herramienta clave para mejorar la calidad del capital humano, reconocer la experiencia laboral y abrir



oportunidades de desarrollo, especialmente para las microempresas y negocios familiares.

Con esta alianza, CONCANACO SERVYTUR reafirma su compromiso con la profesionalización y competitividad de las empresas mexicanas.

FUENTE

<https://www.concanaco.org/blog/comunicados-de-prensa-4/concanaco-servytur-y-conocer-impulsan-ruta-de-certificacion-de-competencias-para-profesionalizar-al-comercio-los-servicios-y-el-turismo-1672>



Llevará meses regularizar el abasto de combustible para aviones, dice la IATA.

Publicado: el 13 abril 2026.

Por: César Arellano García

El incremento en precios de boletos de avión se debe principalmente a la alta demanda en temporadas vacacionales, aumento en costos de la turbosina, variación del tipo de cambio, y alza en la Tarifa de Uso Aeroportuario (TUA), ajustados por inflación, que afecta principalmente los bolsillos de los viajeros, señalaron especialistas en el sector aeronáutico.

Mientras, la Asociación Internacional de Transporte Aéreo (IATA) considera que la normalización del suministro de combustible de aviación tomará meses, a pesar de la reapertura del estrecho de Ormuz tras el cese el fuego entre Irán, Estados Unidos e Israel.

Durante la inauguración del Wings of Change Americas (WOCA) de IATA, que se realizó la semana pasada en Santiago de Chile, Peter Cerdá, vicepresidente regional de IATA para las Américas, destacó el aumento del precio del combustible para aviones y el riesgo de su escasez como consecuencia de la guerra en Medio Oriente.

Especificó que antes del estallido del conflicto, el crudo se cotizaba en 70 dólares el barril. Ahora supera 110. En el caso del combustible para aviones, expresó que el aumento fue aún mayor, de unos 90 dólares el barril antes de la crisis ahora oscila entre 180 y 220.

De acuerdo con cifras del Instituto Nacional de Estadística y Geografía (Inegi), en la primera quincena de marzo el encarecimiento del transporte aéreo en el país fue de 21.86 por ciento.

Pero no sólo eso, los entrevistados por *La Jornada* indicaron que la guerra en Medio Oriente generó un impacto directo en la industria aérea mundial por el aumento de la turbosina, provocando un *efecto dominó* que encarece precios de viajes internacionales y presiona financieramente a las aerolíneas, convirtiendo el aumento de tarifas en una medida irremediable.

“En estos últimos días, a raíz del conflicto en Irán y estos bloqueos, sobre todo en el estrecho de Ormuz, ha repercutido en el precio del petróleo y por tanto subió la turbosina, lo que repercute en el valor de los boletos de avión”, señaló el capitán José Suárez, vocero de la Asociación Sindical de Pilotos Aviadores de México.

“Si los viajeros en cualquier parte del mundo, incluido México, se ponen a analizar cuánto costaba un viaje aéreo la temporada de Semana Santa el año pasado, van a encontrar que sí hay un aumento importante.”



Datos del Monitor del Estado de la Actividad Aérea refieren que en México hay 57 aeropuertos comerciales nacionales e internacionales, y que en febrero, la tarifa promedio para pasajeros en la principal ruta nacional era de 2 mil 767 pesos, 21 por ciento más que en el mismo periodo del año anterior, cuando se cotizó en 2 mil 177. En el caso de la principal ruta internacional, el precio en el mismo mes fue de 11 mil 727 pesos, también 21 por ciento más que hace un año (9 mil 225).

Registros de Datatur describen que en enero de 2026 ingresaron 2 millones 143 mil 369 viajeros internacionales por avión, 1.9 por ciento más que el mismo mes de 2025, la mayoría provenientes de Estados Unidos y Canadá.

FUENTE

<https://www.jornada.com.mx/2026/04/13/politica/007n2pol>

Turismo externo mantiene dinamismo.

Publicado: el 13 abril 2026.

Por: Alejandro de la Rosa

El Inegi informó el viernes que durante el primer bimestre, México recibió divisas turísticas por 6,745.6 millones de dólares, lo que representó un incremento de 2.2% en comparación con igual periodo del 2025, y llegaron al país 16 millones 851,130 viajeros internacionales totales (con un alza de 9.3%).

Turismo internacional con cifras récord. El Instituto Nacional de Estadística y Geografía (Inegi) informó el viernes que durante el primer bimestre, México recibió divisas turísticas por 6,745.6 millones de dólares, lo que representó un incremento de 2.2% en comparación con igual periodo del 2025, y llegaron al país 16 millones 851,130 viajeros internacionales totales (con un alza de 9.3%).

Dentro de los viajeros referidos, se contaron a ocho millones 168,399 de turistas internacionales (cifra que es considerada por ONU Turismo para elaborar sus rankings), los cuales mostraron un incremento de 6.5 por ciento.

En relación con la llegada de turistas vía aérea a México (que forman parte de los turistas internacionales de internación y que representan 82% del total de las divisas captadas), crecieron 0.7% al sumar cuatro millones 253,632 personas.

DATOS DUROS

- El Inegi informó el viernes que, durante el primer bimestre, México recibió divisas turísticas por 6,745.6 millones de dólares, lo que representó un incremento de 2.2% en comparación con igual periodo del 2025, y llegaron al país 16 millones 851,130 viajeros internacionales totales (con un alza de 9.3%).
- Turismo internacional con cifras récord. El Inegi informó el viernes que, durante el primer bimestre, México recibió divisas turísticas por 6,745.6 millones de dólares, lo que representó un incremento de 2.2% en comparación con igual periodo del 2025, y llegaron al país 16 millones 851,130 viajeros internacionales totales (con un alza de 9.3%).
- Dentro de los viajeros referidos, se contaron a ocho millones 168,399 de turistas internacionales (cifra que es considerada por ONU Turismo para elaborar sus rankings), los cuales mostraron un incremento de 6.5 por ciento.
- En relación con la llegada de turistas vía aérea a México (que forman parte de los turistas internacionales de internación y que representan 82% del total de las divisas captadas), crecieron 0.7% al sumar cuatro millones 253,632 personas.

FUENTE

<https://www.eleconomista.com.mx/empresas/turismo-externo-mantiene-dinamismo-20260413-808392.html>

Magnicharters cancela vuelos estas dos semanas sin dar detalles.

Publicado: el 13 abril 2026.

Magnicharters informó a sus pasajeras y pasajeros que los vuelos programados para las próximas dos semanas no se llevarán a cabo debido a problemas logísticos. A través de un comunicado al que tuvo acceso *REPORTUR.mx*, comentó que «enfrentamos esta situación con la debida diligencia para solucionarla», sin dar más detalles acerca de esta problemática.

El Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI) encontró en marzo que la turbosina se encareció 32.1%, debido al conflicto en Medio Oriente y lo cual afectaría a las aerolíneas, de acuerdo con especialistas. «Si el costo operativo sigue alto va a impactar en rutas importantes y afectará el turismo», declaró el presidente de Grupo Bojórquez,

Magnicharters fue creada en Monterrey, Nuevo León, México, en 1994, cuenta con más de 30 años de experiencia y es llamada «La aerolínea turística de México» (Piloto de Magnicharters retiene vuelo a Cancún por impago).

Su flota está compuesta por 12 aeronaves Boeing 737, los cuales parten de aeropuertos de la Ciudad de México (Cdmx) y Monterrey con destino a Puerto Vallarta, Jalisco; Huatulco y Puerto Escondido, Oaxaca; Cancún y Riviera Maya, Quintana Roo; y Mérida, Yucatán.

FUENTE

<https://www.reportur.com/aerolineas/2026/04/13/magnicharters-cancela-vuelos-estas-dos-semanas-sin-dar-detalles/>

Viajar por emociones.

Publicado: el 13 abril 2026.

Por: Andrea Meza

Apps de viajes con inteligencia artificial que recomiendan destinos según tu estado emocional.

La industria turística está evolucionando hacia un modelo cada vez más personalizado, impulsado por el uso de inteligencia artificial. Una de las tendencias más innovadoras es el desarrollo de aplicaciones capaces de recomendar destinos para viajar según las emociones del usuario.

Este enfoque representa un cambio profundo en la forma de planear viajes. Durante años, el proceso se centró en factores como precio, ubicación o disponibilidad. Hoy, el eje comienza a desplazarse hacia las emociones.

Empresas como Amadeus IT Group y diversas startups del sector travel tech están desarrollando sistemas capaces de analizar el comportamiento digital de los usuarios para interpretar su estado emocional.

Estos sistemas no solo consideran lo que el usuario busca, sino también cómo interactúa con el contenido. Analizan patrones como el tiempo de permanencia, las búsquedas recurrentes, los destinos guardados y las preferencias visuales.

A partir de estos datos, la inteligencia artificial puede identificar estados como estrés, aburrimiento, necesidad de descanso o búsqueda de aventura.

Con esta información, las plataformas generan recomendaciones altamente personalizadas.

Por ejemplo, un usuario que muestra señales de fatiga podría recibir sugerencias de destinos de bienestar o playas tranquilas. En cambio, alguien que interactúa con contenido dinámico podría ser dirigido hacia ciudades vibrantes o experiencias de aventura.

Viajar por emociones: diferencia clave en el mercado

Este modelo transforma el proceso de decisión en algo predictivo.

El usuario ya no necesita explorar múltiples opciones. La tecnología anticipa sus necesidades.

Este cambio responde a una evolución en el comportamiento del consumidor digital. La personalización se ha convertido en un elemento clave en la experiencia del usuario.

En el turismo, esto adquiere una dimensión aún más relevante, ya que viajar está profundamente ligado a emociones.



La posibilidad de diseñar experiencias basadas en cómo se siente una persona abre nuevas oportunidades para el sector.

Sin embargo, también plantea desafíos importantes.

Uno de los principales es la precisión. Las emociones humanas son complejas y pueden cambiar rápidamente. Aunque la inteligencia artificial ha avanzado significativamente, aún enfrenta limitaciones en la interpretación emocional.

Otro aspecto relevante es la privacidad. El uso de datos para analizar estados emocionales genera preocupaciones sobre el manejo de la información personal.

Además, surge un debate sobre la autonomía del usuario.

Delegar decisiones en un algoritmo puede facilitar el proceso, pero también podría limitar la espontaneidad y el descubrimiento.

A pesar de estos desafíos, la tendencia es clara.

El turismo se dirige hacia un modelo cada vez más inteligente, donde la tecnología no solo responde a las necesidades del usuario, sino que las anticipa.

En este contexto, las aplicaciones basadas en inteligencia artificial representan una herramienta poderosa para transformar la experiencia de viaje.

A futuro, es probable que estas tecnologías se integren de manera más profunda en el ecosistema turístico, combinando datos, preferencias y emociones para ofrecer recomendaciones aún más precisas.

La pregunta ya no es si estas herramientas cambiarán el turismo.

La pregunta es hasta qué punto estaremos dispuestos a confiar en ellas.

Porque en esta nueva era, el destino no solo se elige.

También se siente.

FUENTE

<https://www.travelreport.mx/tecnologia/apps-viajes-inteligencia-artificial-emociones/>

Tianguis Turístico 2026: así buscará CDMX atraer más turismo e inversión.

Publicado: el 12 abril 2026.

Por: Patricia Ortega

Ciudad de México participará en el Tianguis Turístico 2026 con 70 empresas, turismo comunitario, realidad virtual y nuevas alianzas para fortalecer su promoción nacional e internacional.

Ciudad de México quiere llegar al Tianguis Turístico México 2026 con una oferta más amplia, una narrativa de ciudad global y una estrategia enfocada en negocios, promoción e innovación. Del 27 al 30 de abril, en Acapulco, la capital participará con una delegación integrada por 70 empresas y asociaciones del sector turístico.

La apuesta no se limita a mostrar atractivos. El objetivo es fortalecer la comercialización de la oferta turística de la capital, abrir nuevas alianzas y reafirmar su lugar en el mapa internacional del turismo, en un momento en el que también busca posicionarse como una de las sedes más visibles rumbo al Mundial 2026.

Oferta turística

La Secretaría de Turismo de la Ciudad de México plantea esta participación como una plataforma de proyección internacional. La capital prevé presentar su oferta ante más de 1,700 compradores nacionales e internacionales, en un entorno que reunirá a 3,950 expositores de más de 45 países.

La Ciudad de México llega al Tianguis Turístico 2026 con el corazón grande, lista para mostrar al mundo su diversidad, su riqueza cultural y su enorme capacidad de innovación. Somos una capital que conecta tradición y futuro, que impulsa el turismo comunitario y que hoy se consolida como un destino líder en el escenario global, además de ser la mejor sede para el Mundial 2026", dijo la secretaria de Turismo de la Ciudad de México, Alejandra Frausto Guerrero.

La estrategia incluye promoción turística, innovación tecnológica, fortalecimiento del turismo comunitario, proyección internacional e impulso a acuerdos estratégicos. En otras palabras, la ciudad busca que el Tianguis no sea sólo un escaparate, sino un espacio para concretar encuentros de negocio y ampliar su presencia en mercados clave.

Además, durante el encuentro se prevé anunciar nuevas iniciativas, entre ellas un producto turístico vinculado con los embarcaderos de Xochimilco, así como acciones enfocadas en gastronomía, artesanía y experiencias culturales.

Stand inmersivo

Uno de los elementos centrales será el pabellón de la Ciudad de México, inspirado en la identidad capitalina y en la campaña "La Pelota Vuelve a Casa". El espacio integrará elementos artesanales, recorridos inmersivos y una zona de



realidad virtual para mostrar atractivos de la ciudad, recintos culturales, espacios para espectáculos y rutas emblemáticas, como las líneas 2 y 3 del Cablebús.

A esto se sumará el lanzamiento nacional del "Parkour de la Ciudad de México" en Fortnite. Con esta acción, la capital busca entrar en una conversación distinta: la del turismo promovido desde plataformas digitales con alcance masivo. La apuesta también apunta a conectar con públicos jóvenes y abrir nuevas rutas de promoción turística.

Turismo comunitario

La participación de la ciudad también pondrá foco en experiencias locales. Por primera vez, cinco prestadores de servicios de turismo comunitario tendrán una presencia destacada para promover y comercializar sus proyectos. Junto con ellos, productores y artesanos de Tláhuac, Milpa Alta y Xochimilco contarán con un espacio para exhibir y vender sus productos.

Con esta combinación de promoción, tecnología y oferta local, Ciudad de México llegará al Tianguis Turístico 2026 con un enfoque donde quiere vender mejor su diversidad turística, ampliar su visibilidad internacional y aprovechar el escaparate para generar negocio. La meta es consolidarse como un destino competitivo, con capacidad para atraer viajeros, inversión y nuevas alianzas.

DATOS DUROS

- Ciudad de México participará en el Tianguis Turístico 2026 con 70 empresas, turismo comunitario, realidad virtual y nuevas alianzas para fortalecer su promoción nacional e internacional.
- Del 27 al 30 de abril, en Acapulco, la capital participará con una delegación integrada por 70 empresas y asociaciones del sector turístico.
- La capital prevé presentar su oferta ante más de 1,700 compradores nacionales e internacionales, en un entorno que reunirá a 3,950 expositores de más de 45 países.

FUENTE

<https://www.eleconomista.com.mx/los-especiales/tianguis-turistico-2026-asi-buscara-cdmx-atraer-turismo-e-inversion-20260412-808317.html>

Aerotrén del AICM suspenderá servicio del 12 al 19 de abril.

Publicado: el 12 abril 2026.

Por: Redacción 24 Horas

El Aerotrén del Aeropuerto Internacional de la Ciudad de México (AICM) estará sin servicio desde este domingo 12 al domingo 19 de abril debido a trabajos de mantenimiento programado, de acuerdo con un aviso difundido en una imagen institucional.

En un aviso publicado en redes sociales, se informó que la suspensión temporal del servicio obedecerá a labores de mantenimiento programado.

Este mantenimiento ocurre a unas semanas del comienzo de la Copa Mundial 2026, cuyo primer partido en la Ciudad de México es el 11 de junio.

El Aerotrén es un transporte gratuito entre las terminales 1 y 2 del AICM, y los pasajeros solo deben presentar su pase de abordar para poder utilizarlo.

El mantenimiento programado se realiza con cierre total pese a que el Aerotrén solo opera de las 05:00 hasta las 23:00 horas.

AICM informó que el traslado de los pasajeros entre terminales puede realizarse en autobuses disponibles en la puerta 4 de la Terminal 1 y en la puerta 4 de la Terminal 2.

FUENTE

<https://24-horas.mx/cdmx/aerotren-del-aicm-suspendera-servicio-del-12-al-19-de-abril/>

Adidas Splits impulsa el turismo deportivo y el running en México.

Publicado: el 11 abril 2026.

Por: Néstor Ramírez

El auge del running en México no solo ha transformado los hábitos de salud, también ha impulsado el turismo deportivo en ciudades clave del país. Javier Carvallo, director de HubSports, explica en entrevista con Mundo Ejecutivo CDMX la relevancia del serial Adidas Splits como una plataforma incluyente que atrae a corredores de todos los niveles.

“El valor de este circuito es que va de menor a mayor distancia, lo que permite que cualquier persona, desde principiantes hasta atletas experimentados, pueda integrarse y cumplir sus objetivos”, señala. Las carreras, que van desde los 9 hasta los 30 kilómetros, no solo funcionan como retos deportivos, sino como una experiencia que conecta a miles de participantes con la ciudad y su oferta turística.

Un crecimiento en el turismo deportivo y el running

El crecimiento del interés ha sido notable. De acuerdo con Carvallo, en 2025 las inscripciones se agotaron el mismo día de su apertura, mientras que en 2026 los lugares para la CDMX se terminaron en apenas 34 minutos. Este fenómeno refleja no solo el auge del running, sino también un cambio en los hábitos de los mexicanos, quienes buscan cada vez más actividades que combinen bienestar físico, salud mental y experiencias al aire libre.

En este contexto, los Adidas Splits se han consolidado como una preparación ideal para eventos como el Maratón de la CDMX. Su estructura escalonada es la siguiente:

- 9K en abril
- 12K en mayo
- 16K en junio
- 21K en julio
- 30K previo al maratón

La distribución permite a los corredores adaptarse progresivamente, convirtiendo el circuito en una ruta integral tanto deportiva como turística.

Además de la CDMX, el serial de carreras Adidas Splits ya tiene presencia en Guadalajara y Monterrey, lo que abre la puerta a la descentralización del turismo deportivo. “Siempre estamos abiertos a expandirnos a nuevas ciudades, siempre que podamos garantizar la calidad de la experiencia”, afirma Carvallo.



Para quienes se inician en el running, el mensaje es claro: no hay prisa. La clave está en avanzar de forma progresiva, buscar asesoría y disfrutar el proceso. En ese camino, eventos como Adidas Splits no solo fortalecen la cultura deportiva, sino que posicionan a México como un destino atractivo para vivir experiencias que combinan deporte, salud y turismo.

¿Cuándo será la primera carrera del circuito Adidas Splits México 2026?

El adidas Splits 9K CDMX es la primera competencia de este circuito. Es posible gracias a la colaboración de HubSports con adidas. Para garantizar la seguridad de los corredores se realizó una logística de mucho tiempo en coordinación con las autoridades.

La primera competencia se correrá este domingo 12 de abril y marca el arranque del serial más importante del país. Además forma parte de la primera preparación para quienes están interesados en formar parte del Medio Maratón y el Gran Maratón de la CDMX.

FUENTE

<https://mundoexecutivocdmx.com/turismo/adidas-splits-impulsa-el-turismo-deportivo-y-el-running-en-mexico/>

Planean promover gastronomía mexicana en aeropuertos para fortalecer el turismo.

Publicado: el 11 abril 2026.

Por: Diana Rof

La iniciativa propone modificar la Ley General de Turismo y así beneficiar a artesanos y fortalecer el turismo.

La diputada Ciria Yamile Salomón Durán del Partido Verde Ecologista de México (PVEM) impulsa una iniciativa en la Cámara de Diputados para que la Ley General de Turismo obligue a la *Secretaría de Turismo* a coordinar la difusión del patrimonio artesanal y gastronómico nacional en espacios clave de terminales aéreas.

El objetivo es que esta difusión ocurra mediante convenios y lineamientos acordados con dependencias federales, sin comprometer la seguridad ni la operación aeroportuaria.

La propuesta, enviada a la Comisión de Turismo, busca asegurar que autoridades y dependencias federales, encabezadas por la Secretaría de Turismo, refuercen la promoción de la *diversidad cultural* y turística de México.

Se prevé también que la iniciativa permita que artesanos mexicanos vendan directamente sus productos en los aeropuertos internacionales, evitando la intervención de intermediarios o “coyotes”, para que el valor económico beneficie de forma directa a los creadores.

Según la diputada Salomón Durán, los *viajeros* que transiten o visiten México por vía aérea tendrían acceso a una muestra representativa de la oferta gastronómica y artesanal, permitiendo tanto a turistas nacionales como extranjeros conocer y adquirir piezas originales a precios directos.

La iniciativa destaca que la riqueza cultural de México, transmitida por generaciones a través de conocimiento culinario y artístico, puede ser reconocida y promovida en estos espacios estratégicos.

La propuesta sostiene que la promoción en terminales aéreas fortalecería el conocimiento internacional de los principales atractivos turísticos del país y mejoraría la experiencia de viaje, facilitando que los visitantes descubran los sabores, colores y tradiciones de todas las regiones mexicanas.

¿Qué hace tan atractivo a México para los turistas extranjeros?

La cocina tradicional mexicana, junto con la diversidad de destinos turísticos y la riqueza natural del país, conforma el principal atractivo para los turistas extranjeros que llegan a México.



Este posicionamiento cultural y gastronómico es lo que sostiene la apuesta del gobierno para convertir al país en una auténtica potencia turística y una de las economías que más capta divisas a nivel internacional.

El lanzamiento de grandes proyectos de infraestructura, como la entrada en operaciones del Aeropuerto Internacional Felipe Ángeles (AIFA) y la construcción del tren Maya, representa un intento por abrir nuevas rutas y generar una mayor derrama económica en el sur y sureste del país. No obstante, especialistas en turismo y autoridades advierten que concentrar los esfuerzos promocionales solo en una región limitaría el potencial de crecimiento nacional.

La inauguración del AIFA significó una oportunidad inédita para que pequeños productores y vendedoras ambulantes pudieran integrarse a la oferta comercial de una terminal internacional. Tal es el caso de Guadalupe Piña, originaria de Santa Cruz Atzacapotzaltongo, Toluca, que sostiene a sus cuatro hijos vendiendo doraditas de maíz azul rellenas con frijoles, queso y salsas tradicionales, una propuesta gastronómica que incorpora ingredientes regionales como el nopal, alimentos representativos del entorno mexiquense, señaló Salomón Durán.

Diversificación de destinos y promoción continua

El impulso a la cocina artesanal, la ampliación de rutas de transporte, y la visibilización internacional de la cultura mexicana forman parte del plan nacional para captar nuevos flujos turísticos. Para mantener el ritmo de crecimiento y superar los problemas históricos del sector, la política pública prioriza abrir espacios que fomenten el consumo de productos hechos en México, desde la infraestructura aeroportuaria hasta la difusión de tradiciones culinarias.

El reto que enfrentan autoridades y sociedad es convertir a México en potencia turística sin limitar la promoción a una sola región, de modo que la derrama de divisas y el beneficio social se distribuyan en todo el territorio y lleguen tanto a centros urbanos como a comunidades rurales.

FUENTE

<https://www.infobae.com/mexico/2026/04/11/planean-promover-gastronomia-mexicana-en-aeropuertos-para-fortalecer-el-turismo/>

Planean promover gastronomía mexicana en aeropuertos para fortalecer el turismo.

Publicado: el 11 abril 2026.

Por: Diana Rof

La iniciativa propone modificar la Ley General de Turismo y así beneficiar a artesanos y fortalecer el turismo.

La diputada Ciria Yamile Salomón Durán del Partido Verde Ecologista de México (PVEM) impulsa una iniciativa en la Cámara de Diputados para que la Ley General de Turismo obligue a la *Secretaría de Turismo* a coordinar la difusión del patrimonio artesanal y gastronómico nacional en espacios clave de terminales aéreas.

El objetivo es que esta difusión ocurra mediante convenios y lineamientos acordados con dependencias federales, sin comprometer la seguridad ni la operación aeroportuaria.

La propuesta, enviada a la Comisión de Turismo, busca asegurar que autoridades y dependencias federales, encabezadas por la Secretaría de Turismo, refuercen la promoción de la *diversidad cultural* y turística de México.

Se prevé también que la iniciativa permita que artesanos mexicanos vendan directamente sus productos en los aeropuertos internacionales, evitando la intervención de intermediarios o “coyotes”, para que el valor económico beneficie de forma directa a los creadores.

Según la diputada Salomón Durán, los *viajeros* que transiten o visiten México por vía aérea tendrían acceso a una muestra representativa de la oferta gastronómica y artesanal, permitiendo tanto a turistas nacionales como extranjeros conocer y adquirir piezas originales a precios directos.

La iniciativa destaca que la riqueza cultural de México, transmitida por generaciones a través de conocimiento culinario y artístico, puede ser reconocida y promovida en estos espacios estratégicos.

La propuesta sostiene que la promoción en terminales aéreas fortalecería el conocimiento internacional de los principales atractivos turísticos del país y mejoraría la experiencia de viaje, facilitando que los visitantes descubran los sabores, colores y tradiciones de todas las regiones mexicanas.

¿Qué hace tan atractivo a México para los turistas extranjeros?

La cocina tradicional mexicana, junto con la diversidad de destinos turísticos y la riqueza natural del país, conforma el principal atractivo para los turistas extranjeros que llegan a México.



Este posicionamiento cultural y gastronómico es lo que sostiene la apuesta del gobierno para convertir al país en una auténtica potencia turística y una de las economías que más capta divisas a nivel internacional.

El lanzamiento de grandes proyectos de infraestructura, como la entrada en operaciones del Aeropuerto Internacional Felipe Ángeles (AIFA) y la construcción del tren Maya, representa un intento por abrir nuevas rutas y generar una mayor derrama económica en el sur y sureste del país. No obstante, especialistas en turismo y autoridades advierten que concentrar los esfuerzos promocionales solo en una región limitaría el potencial de crecimiento nacional.

La inauguración del AIFA significó una oportunidad inédita para que pequeños productores y vendedoras ambulantes pudieran integrarse a la oferta comercial de una terminal internacional. Tal es el caso de Guadalupe Piña, originaria de Santa Cruz Atzacapotzaltongo, Toluca, que sostiene a sus cuatro hijos vendiendo doraditas de maíz azul rellenas con frijoles, queso y salsas tradicionales, una propuesta gastronómica que incorpora ingredientes regionales como el nopal, alimentos representativos del entorno mexiquense, señaló Salomón Durán.

Diversificación de destinos y promoción continua

El impulso a la cocina artesanal, la ampliación de rutas de transporte, y la visibilización internacional de la cultura mexicana forman parte del plan nacional para captar nuevos flujos turísticos. Para mantener el ritmo de crecimiento y superar los problemas históricos del sector, la política pública prioriza abrir espacios que fomenten el consumo de productos hechos en México, desde la infraestructura aeroportuaria hasta la difusión de tradiciones culinarias.

El reto que enfrentan autoridades y sociedad es convertir a México en potencia turística sin limitar la promoción a una sola región, de modo que la derrama de divisas y el beneficio social se distribuyan en todo el territorio y lleguen tanto a centros urbanos como a comunidades rurales.

FUENTE

<https://www.infobae.com/mexico/2026/04/11/planean-promover-gastronomia-mexicana-en-aeropuertos-para-fortalecer-el-turismo/>

Mundial Social: Gobierno de México avanza en la construcción de 3,979 canchas y miles de murales.

Publicado: el 10 abril 2026.

Por: Jatziri Magallanes

A poco más de dos meses de que inicie el Mundial de fútbol, el gobierno acelera los trabajos de construcción y rehabilitación de canchas de fútbol, como parte de la estrategia Mundial Social, por lo que diversas dependencias se distribuirán la carga de trabajo.

El Gobierno federal, como parte de la estrategia del Mundial Social, continúa transformando el espacio público en todo el país. La secretaria de Gobernación, Rosa Icela Rodríguez, informó que la Federación y los estados avanzan a paso firme en la meta de entregar 3,979 canchas rehabilitadas o nuevas, además de la creación de 3,350 murales artísticos.

Este ambicioso plan busca fomentar el deporte y la cohesión comunitaria, involucrando a diversas dependencias federales y a los 32 gobiernos estatales en un esfuerzo de infraestructura sin precedentes.

Distribución del avance: ¿Quién construye qué?

Para garantizar el cumplimiento de los objetivos, la carga de trabajo se ha distribuido estratégicamente entre secretarías clave y las entidades federativas. La secretaria Rodríguez detalló las cifras que componen este gran rompecabezas de infraestructura deportiva:

Aportación de dependencias federales: Desarrollo Agrario, Territorial y Urbano, SEDATU: 1,200; Secretaría de Bienestar, 448; Secretaría de Turismo, 86; Instituto Mexicano del Seguro Social, IMSS, 50.

Arte urbano y Transparencia: Los pilares del proyecto

No todo es concreto y deporte; el Mundial Social también apuesta por la identidad visual del país. Actualmente, ya se visualizan los 3,350 murales que portan la iconografía oficial de la estrategia, llenando de color las comunidades intervenidas.

Control y rendición de cuentas

Por instrucción directa de la Presidenta Claudia Sheinbaum, el seguimiento de estas obras es riguroso. Para evitar irregularidades y asegurar que los recursos lleguen a donde deben, el Gobierno de México implementa un sistema de verificación basado en: reportes periódicos de avance de obra, evidencia fotográfica actualizada, geolocalización (ubicación exacta) de cada cancha y mural.



"Se cuida la evolución de construcción y rehabilitación para que todo esté de manera clara y transparente", subrayó la secretaria de Gobernación, Rosa Icela Rodríguez.

Si deseas conocer el impacto del Mundial Social en tu comunidad o consultar detalles técnicos de la estrategia, puedes acceder a los portales oficiales: mundialsocial.gob.mx

FUENTE

<https://mvsnoticias.com/nacional/2026/4/10/mundial-social-gobierno-de-mexico-avanza-en-la-construccion-de-3979-canchas-miles-de-murales-736183.html>

“Acapulco brilla: el Tianguis Turístico celebra 50 años con fuerza y renovación.

Publicado: el 10 abril 2026.

Comunicado 071/2026.- La secretaria de Turismo del Gobierno de México, Josefina Rodríguez Zamora, destacó que, en el marco de su 50 edición, el Tianguis Turístico de México regresa a su origen: Acapulco.

- El Tianguis Turístico México 2026 regresa a Acapulco como el principal encuentro del sector, con la participación de los 32 estados, más de 8 mil asistentes, más de mil compradores internacionales de 17 países y más de 30 mil citas de negocio programadas.
- Acapulco está listo para el evento, con más del 86% de su infraestructura hotelera recuperada, más de 17 mil habitaciones disponibles, conectividad aérea y terrestre restablecida.
- En el marco del Tianguis, se anunciará un proyecto estratégico de infraestructura turística que contempla una nueva terminal de cruceros.

La secretaria de Turismo del Gobierno de México, Josefina Rodríguez Zamora, destacó que, en el marco de su 50 edición, el Tianguis Turístico de México regresa a su origen: Acapulco, consolidándose no sólo como el encuentro más importante del sector, sino como un símbolo vivo de la grandeza, la fortaleza y la capacidad de renovación de los destinos turísticos del país.

Acompañada por el secretario de Turismo de Guerrero, Simón Quiñones Orozco, la titular de la Secretaría de Turismo (Sectur) destacó que esta edición tiene un significado especial, al celebrarse en un destino que ha demostrado, una y otra vez, su capacidad para reinventarse y seguir siendo referente del turismo nacional e internacional.

“Hoy encuentro un Acapulco diferente. Las ocupaciones del 94% lo reflejan: hay filas en los restaurantes, hay vida, y eso significa que algo se está haciendo bien. Acapulco es otro; hoy se ven obras que no habíamos visto en más de 30 años, y eso también habla de su transformación”.

Por su parte, el secretario Simón Quiñones Orozco destacó que Acapulco se encuentra listo para recibir el Tianguis Turístico 2026, al registrar una recuperación superior al 86 por ciento de su infraestructura hotelera, con más de 17 mil habitaciones disponibles en 310 hoteles, así como una conectividad aérea y terrestre restablecida a niveles previos a los recientes fenómenos naturales.

“Acapulco está listo para recibir al mundo; hemos recuperado más del 86 por ciento de nuestra infraestructura hotelera y hoy el Tianguis Turístico regresa a su esencia: ser un espacio de negocio, de intercambio y de oportunidades para todo el sector”, afirmó Quiñones Orozco.

Rodríguez Zamora informó que se prevé la asistencia de más de 8 mil participantes, así como la presencia de más de mil compradores internacionales provenientes de 17 países, entre los que destacan Brasil, Canadá, Chile, China,



España, Estados Unidos, Irlanda, India, Panamá y Reino Unido. Asimismo, destacó que se han registrado ya más de 30 mil citas de negocio, lo que refleja el dinamismo comercial del encuentro.

Añadió que estarán presentes los 32 estados del país, así como pabellones internacionales de Belice, Costa Rica, Cuba, El Salvador, Honduras, Japón y Nicaragua, además de Colombia como País Invitado de Honor, fortaleciendo los lazos de cooperación y la proyección global de México.

Detalló que el Tianguis Turístico México 2026 integrará una agenda estratégica con programas académicos, conferencias y talleres enfocados en elevar la competitividad del sector, así como actividades paralelas que pondrán en valor la riqueza cultural de México.

Entre las principales actividades destacan “Ventana a México”, espacio dedicado a la promoción de cocineras tradicionales y artesanías en Plaza Quebec, en Acapulco, así como una zona gastronómica y el Festival del Taco en Taxco, Guerrero. También habrá presentaciones de destino, el programa México Canta y seminarios para prestadores de servicios turísticos.

Como parte de las innovaciones, por primera vez se incorporará la venta al público de promociones exclusivas de paquetes turísticos, hoteles y experiencias a través de redes sociales y plataformas digitales.

Además, se realizará el Foro de Inversiones Turísticas, la entrega de premios turísticos y la instalación de pabellones de turismo comunitario —con la participación de los 32 estados— y de financiamiento turístico, promoviendo un modelo más incluyente y sostenible.

La secretaria adelantó que, en el marco del Tianguis, se dará a conocer un proyecto estratégico de infraestructura turística para Acapulco, que contempla el desarrollo de una nueva terminal de cruceros con inversión internacional. En su primera fase, esta iniciativa prevé la generación de más de 200 empleos locales, lo que contribuirá a fortalecer la conectividad, detonar el desarrollo económico y ampliar la llegada de visitantes al destino.

Asimismo, agradeció el trabajo conjunto con el Gobierno del Estado de Guerrero, encabezado por la gobernadora Evelyn Salgado Pineda, cuyo compromiso y coordinación han sido fundamentales para la recuperación, fortalecimiento y proyección de Acapulco como sede de este importante encuentro.

En el ámbito académico, el Tianguis Turístico México 2026 contará con un amplio programa de seminarios y conferencias presenciales y virtuales sobre turismo gastronómico, promoción cultural y nuevas narrativas de viaje, con la participación de organismos nacionales e internacionales.



DATOS DUROS

- El Tianguis Turístico México 2026 regresa a Acapulco como el principal encuentro del sector, con la participación de los 32 estados, más de 8 mil asistentes, más de mil compradores internacionales de 17 países y más de 30 mil citas de negocio programadas.
- Acapulco está listo para el evento, con más del 86% de su infraestructura hotelera recuperada, más de 17 mil habitaciones disponibles, conectividad aérea y terrestre restablecida.
- Por su parte, el secretario Simón Quiñones Orozco destacó que Acapulco se encuentra listo para recibir el Tianguis Turístico 2026, al registrar una recuperación superior al 86 por ciento de su infraestructura hotelera, con más de 17 mil habitaciones disponibles en 310 hoteles.
- Rodríguez Zamora informó que se prevé la asistencia de más de 8 mil participantes, así como la presencia de más de mil compradores internacionales provenientes de 17 países, entre los que destacan Brasil, Canadá, Chile, China, España, Estados Unidos, Irlanda, India, Panamá y Reino Unido. Asimismo, destacó que se han registrado ya más de 30 mil citas de negocio, lo que refleja el dinamismo comercial del encuentro.

FUENTE

<https://www.gob.mx/sectur/articulos/acapulco-brilla-el-tianguis-turistico-celebra-50-anos-con-fuerza-y-renovacion?idiom=es>

La Ciudad de México lanza “La Ola Más Grande del Mundo” rumbo al Mundial 2026.

Publicado: el 10 abril 2026.

La Ciudad de México lanza “La Ola Más Grande del Mundo” rumbo al Mundial 2026

La Secretaría de Turismo del Gobierno de la Ciudad de México anuncia el lanzamiento oficial de “La Ola Más Grande del Mundo”, una convocatoria histórica que invita a habitantes y visitantes a imponer un Récord Guinness en el marco de las actividades rumbo a la Copa Mundial de la FIFA 2026. Este evento se llevará a cabo el próximo 31 de mayo de 2026, a lo largo del corredor del Paseo de la Reforma, convirtiendo a la ciudad en un gran escenario de participación colectiva, celebración y orgullo.

La iniciativa tiene como objetivo reunir a miles de personas en una acción sincronizada que represente la energía de una ciudad diversa, vibrante y abierta al mundo. Se trata de construir una experiencia compartida que reafirme el papel de la Ciudad de México como una de las grandes capitales culturales y sociales del planeta, y como la mejor sede del Mundial 2026.

En este contexto, la Jefa de Gobierno, Clara Brugada Molina, ha destacado que la ciudad se prepara para recibir al mundo con infraestructura, seguridad y, sobre todo, con una ciudadanía participativa que hace del espacio público un lugar de encuentro.

“La Ola Más Grande del Mundo” tiene un significado profundamente simbólico, pues este fenómeno colectivo nació en México durante la Copa Mundial de 1986, cuando por primera vez miles de personas en el Estadio Azteca se levantaron en secuencia para crear una ola que recorrió el mundo y se convirtió en uno de los gestos más universales del fútbol. Hoy, casi cuatro décadas después, la Ciudad de México recupera ese origen para decirle al mundo que la pelota vuelve a casa, en una edición histórica en la que la capital será nuevamente protagonista global.

El evento se realizará el domingo 31 de mayo de 2026. A lo largo del recorrido se dispondrán múltiples puntos de acceso y espacios de atención con servicios de hidratación, registro, asistencia médica y apoyo logístico para garantizar una experiencia segura, incluyente y accesible para todas y todos.

La participación es gratuita y abierta a todas las personas, sin importar edad, origen o forma de expresión, en una convocatoria que celebra la diversidad, que define a la Ciudad de México: taqueros, médicos, enfermeras, policías, artesanos, artistas; pachucos, punks, charros, catrinas; todas las formas de ser y amar; pueblos originarios y comunidades indígenas; personas migrantes; personas con discapacidad; niñas, niños y abuelitas y abuelitos; luchadores, deportistas, mariachis, turistas...



Las personas interesadas pueden registrarse previamente en el sitio <https://forms.gle/X6khviXuxiXtUHT28>, o bien hacerlo el día del evento mediante los códigos QR disponibles en los puntos de acceso. Para más información se puede consultar la página www.mexicocity.cdmx.gob.mx y las redes sociales de la Secretaría de Turismo de la Ciudad de México.

La Secretaría de Turismo de la Ciudad de México invita a todas y todos a sumarse a este momento histórico y a ser parte de una ola que no solo busca romper un récord, sino unir a la ciudad y al mundo en un mismo movimiento. Porque aquí, donde nació la ola, vuelve a levantarse con más fuerza que nunca. ¡La pelota vuelve a casa!

FUENTE

<https://www.turismo.cdmx.gob.mx/comunicacion/nota/la-ciudad-de-mexico-lanza-la-ola-mas-grande-del-mundo-rumbo-al-mundial-2026>

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/>

Menos del 10 por ciento del transporte turístico en México está digitalizado.

Publicado: el 10 abril 2026.

Por: Jorge Maldonado

El country manager de 'Viajo Mucho', Marco López, señaló que empresas han logrado incrementar hasta 70 % sus ventas tras adoptar plataformas tecnológicas.

A pesar de los avances tecnológicos, en la actualidad se calcula que apenas el 10% del transporte turístico ha migrado a procesos de digitalización para eficientar el servicio y reducir costos, esto a decir de Marco Antonio López, country manager de la empresa Viajo Mucho, que facilita la búsqueda y compra en línea de boletos de autobús en México.

En su participación en la conferencia 'Digitalización del transporte de pasajeros para ser viajes inteligentes' en el marco de la Cumbre Nacional de Transportadoras Turísticas que se lleva a cabo en Torreón, el especialista enfatizó las ventajas que tiene apostarle a la tecnología con la digitalización de operaciones, en especial en transporte turístico.

Entre los beneficios de invertir en plataformas especializadas en la digitalización del transporte está una mayor integración en los canales de venta, mayor control de la información, mayor rango de la operatividad, beneficio económico, más clientes y por ende, más ventas.

“Abordamos cómo pasar de ser negocios tan tradicionales a negocios inteligentes, negocios conectados mediante canales digitales tanto operativa como comercialmente. El impacto es grandísimo, hay casos donde empresas como Transportes Cóbano, que en un año de operaciones incrementó con nuestra plataforma un 70 % su nivel de venta”, explicó.

“Plataformas como la de Viajo Mucho están enfocadas en darle a los operadores turísticos y clientes una operatividad mucho más sencilla, basada en información en tiempo real, lo que les abre mercados digitales a nivel internacional”, agregó.

Pocas empresas aprovechan bondades de la tecnología

Marco Antonio López lamentó que son pocas las empresas de transporte en México que aprovechan de las bondades de la tecnología, principalmente por motivos como el creer que es costoso, el miedo al cambio, el creer que una herramienta digital quitará al empresario el control de la operación, sobre todo, sin saber que será todo lo contrario.

“México es un mercado importante para empresas de tecnología. Respecto a las empresas que ya integran tecnología, me atrevería a decir que menos del 10 % está digitalizado, el otro 90 % está dividido entre empresas reguladas y el



mercado gris, que nunca se va a digitalizar porque no están dentro del marco legal regulatorio que deberían”, comentó.

Agregó que actualmente hay plataformas que ofrecen una transformación de sus operaciones a lo digital, lo que incluye dashboard operativo y de información, una central de boletos digitales y físicos, con la opción de abrir un canal digital para vender en tiempo real si trabajan con vendedores o agencias de viajes.

“Se pasa de un horario de atención de 9:00 a 18:00 horas, a un horario operativo de 24/7 los 365 días del año”, enfatizó.

FUENTE

<https://www.milenio.com/negocios/transporte-turistico-en-mexico-menos-de-10-por-ciento-digitalizado>



Turkish Airlines y GoTürkiye se reúnen con la industria turística mexicana en CDMX.

Publicado: el 10 abril 2026.

Por: Nadia Hernández

Directivos de Turkish Airlines y GoTürkiye visitaron la Ciudad de México para reunirse con representantes de la industria turística y operadores mayoristas para establecer negociaciones con el objetivo de incrementar el número de viajeros mexicanos a Turquía, así como actualizar información sobre vuelos y atractivos del destino.

En una jornada de un día que comenzó con un desayuno, Murat Salim Esenli, Excmo., embajador de Turquía en México, acompañó a Arif Tatoglu y Cagla Yöntem, de Turkish Airlines, Hilal Demirel, Culture and Tourism Attache en Türkiye Tourism Promotion and Development Agency (TGA), y a sus invitados especiales Yalcin Cankaya y Luis García de Mega Travel.

En tanto que Eren Senalp, director General de Turkish Airlines en México, dio la bienvenida a proveedores de servicios turísticos en Turquía, quienes presentaron diversos productos para el mercado mexicano a través de un RoadShow en el que operadores en nuestro país se actualizaron con información del destino y su conectividad área.

El evento denominado GoTürkiye Destination Promotion Event – México, reunió a los principales operadores como Travel Shop, Juliá Tours, La Casa del Viaje, Dorak Latin, por mencionar algunos, con el fin de crear una oportunidad única para conectar con los principales DMCs y hoteles de Türkiye, representantes de Turkish Airlines y otros actores clave del sector turístico.

Organizado por la Agencia de Promoción y Desarrollo Turístico de Türkiye (TGA) en colaboración con Turkish Airlines, este exclusivo evento dedicado al mercado mexicano se enfocó en fortalecer las alianzas entre operadores turísticos y asesores de viaje de México y sus contrapartes en Türkiye a través de reuniones B2B previamente programadas.

Murat Salim Esenli, el Excmo. embajador de Turquía en México, destacó que “Turquía es uno de los destinos más diversos del mundo, por su riqueza cultural, gastronomía y agricultura. Así como turismo deportivo y médico, es el centro mundial de salud, estética y trasplante capilar”.

Arif Tatoglu, director General de Turkish Airlines, expresó su agradecimiento al embajador y reafirmó el compromiso de la aerolínea de seguir conectando a México con Turquía y continuar con la buena relación entre naciones.

Hilal Demirel, presentó ampliamente los atractivos turísticos de Türkiye, sus iniciativas de sostenibilidad y la diversidad de experiencias de viaje que ofrece el destino, así como las herramientas para profesionales y viajeros en la plataforma goturkiye.com.



En esta plataforma se pueden consultar 58 experiencias: Ciclismo, gastronomía, viaje azul, golf, crucero, boda, fe, UNESCO, salud, lugares históricos y todos los demás temas prioritarios están disponibles. Y en 10 idiomas: Turco, inglés, ruso, ucraniano, alemán, francés, español, árabe, chino y persa.

Explicó los atractivos de las principales ciudades, entre ellas Estambul, Antalya, Izmir, Bodrum, Ankara, Kapadokya, Kuşadası, Şanhurfa, donde se ubican sitios Patrimonio de la Humanidad disponibles

Turquía con 81 ciudades en siete regiones ofrece al turista gran diversidad de ciudades y regiones para explorar. Desde las bulliciosas calles y los monumentos emblemáticos de Estambul hasta las playas vírgenes de Antalya y los paisajes surrealistas de Capadocia, Turquía tiene algo para todos los gustos. Tanto si busca historia entre ruinas antiguas, belleza natural en pueblos costeros o experiencias urbanas vibrantes en las ciudades más grandes, las ciudades y pueblos turcos ofrecen un rico abanico de atractivos culturales y paisajísticos.

Indicó que cuenta con grandes oportunidades para bodas y eventos, para quienes desean celebrar momentos especiales en lugares increíbles e inolvidables. Para viajar solo se necesita una visa electrónica, que permite una estancia hasta 90 días.

FUENTE

<https://inversion-turistica.com/2026/04/10/turkish-airlines-y-goturkiye-se-reunen-con-la-industria-turistica-mexicana-en-cdmx/>



Construirán en Acapulco nuevo muelle y áreas para recibir cruceros de última generación.

Publicado: el 10 abril 2026.

Por: Lino Calderón

Administración del Sistema Portuario Nacional Acapulco (Asipona), de la Secretaría de Turismo de Guerrero y representantes de la compañía Global Ports Holding Limited (GPH), firmaron un contrato para el desarrollo del Proyecto Turístico Integral de la Terminal Marítima

En la ceremonia oficial Asipona y la compañía GPH se informó que para el desarrollo del Proyecto Turístico Integral se tendrá una inversión enfocada en el desarrollo de una renovada terminal marítima, un nuevo muelle y áreas recreativas para recibir embarcaciones de última generación.

Por su parte, la Asipona señaló que el proyecto representa un paso clave en la modernización de la infraestructura turística, fortaleciendo la posición de Acapulco en la industria internacional de cruceros y generando nuevas oportunidades para el desarrollo económico regional.

La Secretaría de Turismo de Guerrero indicó que, en representación del gobierno, el subsecretario de Promoción Internacional, Emilio Vázquez, agradeció al equipo de GPH, encabezado por el presidente y CEO, Mehmet Kutman, representado por el director general para América, Michael Maura Jr., por confiar en Acapulco con el proyecto que impulsará el segmento de cruceros, generando una mayor actividad sobre todo en temporadas consideradas como de baja afluencia.

Las primeras imágenes de la obra de infraestructura refieren una mampara del proyecto preliminar que incluye cuatro áreas de recinto portuario: el nuevo muelle, la terminal de cruceros, el depósito multipropósito, y el área ubicada a un costado del parque de La Reina.

La rehabilitación es parte de las acciones del programa Acapulco se Transforma Contigo a raíz de los daños por los huracanes Otis y John.

La compañía establecida en 2004 es el mayor operador de puertos de cruceros del mundo, con una presencia consolidada en el Caribe, el Mediterráneo y la región de Asia-Pacífico, incluyendo extensas operaciones portuarias comerciales en Montenegro.

FUENTE

<https://inversion-turistica.com/2026/04/10/construiran-en-acapulco-nuevo-muelle-y-areas-para-recibir-cruceros-de-ultima-generacion/>

Los montaviajes y el turismo que nunca ocurre.

Publicado: el 10 abril 2026.

Por: Jesús Alonso

Viajar en México: del sueño... al fraude

Viajar en México ya no empieza en el aeropuerto.

Empieza en Facebook.

Y muchas veces... termina ahí.

Como diría cualquier tía en Navidad: *“algo no me huele bien, m’ijo”*... pero ahí vamos, como buenos mexicanos, con fe, con ganas y con esa peligrosa combinación de ilusión y descuento.

Porque seamos honestos: todos hemos sido un poco como el Chavo del Ocho... soñando con Acapulco, con Cancún... y al final ni salimos de la vecindad.

El nuevo dizque agente de viajes no tiene oficina, no tiene razón social, no tiene cara, no tiene madre... pero tiene seguidores, tiene reels, tiene testimonios falsos y tiene algo mucho más poderoso: la ilusión perfectamente empaquetada.

Como villano de telenovela.

Como esos que sonrén... mientras ya te están viendo la cara.

Se llama “promoción”.

Se llama “oportunidad”.

Se llama “últimos lugares”.

Pero en realidad... se llama fraude.

El fenómeno de los “montaviajes” —sí, así— ya es una industria paralela.

Una industria que no vende viajes... vende sueños.

Como diría la abuela: *“te venden espejitos, y tú feliz”*.

Y luego... los cancela.

El turista mexicano quiere viajar más que nunca.

Después de pandemia, inflación y vida adulta... viajar dejó de ser lujo y se volvió necesidad emocional.



Porque aquí no viajamos...nos escapamos.

Porque todos, en el fondo, somos un poco Marimar.

Soñando con salir del Godín... y de pronto estar en la playa, aunque sea tres días.

Y ahí entra el depredador.

El pseudo-agente.

El clásico “confía en mí”, versión digital.

El que ofrece Cancún en 3,999 pesos.

El que promete vuelos incluidos.

El que jura hoteles con buffet y sonrisa incluida.

Y la gente... cae.

Porque quiere creer.

Porque necesita creer.

Porque dices: *“el que no arriesga no gana”*.

Porque todos hemos querido que el paraíso estuviera en oferta.

Como si fuera el Buen Fin del Caribe.

Como si de verdad existiera ese paquete donde toda la familia —la abuelita, los niños, el primo incómodo— se suben como en Mecánica Nacional... y llegan al paraíso sin pagar lo que cuesta.

Y entonces pagas.

Transferencia.

Depósito.

Link sospechoso.

Y listo.

Ya compraste tu viaje.

O eso crees.

Porque en ese preciso instante algo te dice que la cagaste....

Y es aquí donde el verdadero itinerario se muestra.



Primero... el silencio.

Luego... el pretexto.

Después... la desaparición.

Como novio tóxico.

Como político en campaña.

Y finalmente... la realización más culey de todas:

No vas a viajar.

Pero lo más cabrón no es que pierdas el viaje.

Es que pierdes todo.

Tu dinero.

Tu tiempo.

Tus vacaciones.

Tu ilusión.

Como cuando te rompen el corazón... pero con transferencia bancaria.

Porque aquí no estamos hablando de 500 pesos.

Estamos hablando de miles.

Gente que se apretó el cinturón todo el año.

Como Macario... pero en versión vacacional.

No querías un pavo para ti solito...querías vacaciones.

Y ese deseo... te cegó.

Familias que planearon su viaje...y terminan viendo Cancún en Google.

Como diría cualquier mamá: *"te lo dije pend..."*.

Y entonces uno se pregunta:

¿Dónde está la autoridad?

¿Dónde está la regulación?



Spoiler:

No está.

Como el papá que salió por cigarros.

Porque el fraude turístico en México tiene el ecosistema perfecto.

Redes sociales sin control.

Usuarios sin educación digital.

Autoridades lentas y certificaciones de chocolate.

Como diría el clásico: *“entre todos lo hicieron... y nadie fue”*.

Y así... el turismo se convierte en otra cosa.

En un juego de azar.

En una especie de “a ver si sí me voy”.

Lo más irónico es que México vive un boom turístico.

El turismo creciendo...y la confianza cayendo.

Ese es el contraste.

Porque hoy viajar no solo implica elegir destino.

Implica sobrevivir al proceso.

Verificar.

Dudar.

Desconfiar.

Porque si no... te carga el payaso.

Y lo peor es que el sistema ya lo normalizó.

“Ten cuidado.”

“Revisa bien.”

Como si la culpa fuera tuya.

Viajar en México se volvió eso.

Un acto de deseo...y de defensa personal.



Y al final, la frase que resume todo este desmadre no es advertencia...

es casi un refrán.

Porque aquí no te venden viajes...

te venden ilusiones con descuento.

Y uno, como buen mexicano, cae.

Porque quiere creer.

Porque como diría la abuela...

“El que compra sueños baratos... despierta caro.”

Porque soñar no cuesta...

pero en México...

despertar sí sale caro.

Y ahí... justo ahí... es donde vive esta tragicomedia.

FUENTE

<https://www.travelreport.mx/tragicomedia/fraudes-viajes-mexico-montaviajes/>

Tianguis Turístico México celebra 50 años en Acapulco con renovación y fuerza.

Publicado: el 10 abril 2026.

Por: Jair Velázquez

El Tianguis Turístico México 2026 regresa a su origen en Acapulco en su edición número 50, consolidándose como el evento más importante del sector en el país y un símbolo de la recuperación turística y económica del puerto.

La Secretaría de Turismo de México (Sectur), encabezada por Josefina Rodríguez Zamora, destacó que este encuentro no solo impulsa negocios, sino que refleja la capacidad de transformación de los destinos mexicanos tras los desafíos recientes.

Acapulco 2026: recuperación turística y ocupación hotelera

De acuerdo con la Sectur, Acapulco presenta una ocupación hotelera del 94%, lo que evidencia su reactivación.

Además, el destino cuenta con:

- Más del 86% de su infraestructura hotelera recuperada.
- Más de 17 mil habitaciones disponibles.
- 310 hoteles en operación.
- Conectividad aérea y terrestre restablecida.

“Hay vida, hay filas en restaurantes, y eso significa que algo se está haciendo bien”, señaló la titular de Sectur.

¿Cuántas personas asistirán al Tianguis Turístico 2026?

Se prevé la participación de:

- Más de 8 mil asistentes.
- Más de 1,000 compradores internacionales.
- Representantes de 17 países.

Entre los países participantes destacan Estados Unidos, Canadá, España, China, Brasil y el Reino Unido.

Asimismo, ya se han registrado más de 30 mil citas de negocio, lo que posiciona al evento como un motor clave de inversión turística.

Estados participantes y países invitado de honor

El Tianguis contará con la participación de los 32 estados de México, además de pabellones internacionales de países como:

- Colombia.
- Japón.
- Cuba.
- Costa Rica.

La presencia internacional fortalece la promoción global de México como destino turístico competitivo.

Actividades del Tianguis Turístico 2026 en Acapulco

El evento integrará una agenda diversa con enfoque en innovación, cultura y negocios turísticos:

Ventana a México y turismo gastronómico

Uno de los espacios principales será “Ventana a México”, ubicado en Plaza Quebec, donde se promoverán cocineras tradicionales, artesanías mexicanas y gastronomía regional.

También se realizará el Festival del Taco en Taxco, destacando la riqueza culinaria de Taxco.

Conferencias, talleres y seminarios turísticos

El programa académico incluirá:

- Turismo gastronómico.
- Promoción cultural.
- Nuevas tendencias de viaje.
- Innovación en el sector.

Con la participación de organismos nacionales e internacionales.

Venta de paquetes turísticos al público

Por primera vez, el Tianguis incorporará la venta directa de paquetes turísticos, hoteles y experiencias a través de plataformas digitales y redes sociales, acercando el evento al público en general.

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

Inversión turística: nuevo proyecto de cruceros en Acapulco

Durante el evento se anunciará un proyecto estratégico de infraestructura que contempla una nueva terminal de cruceros en Acapulco, inversión internacional y generación de más de 200 empleos locales en su primera fase.

Este proyecto busca fortalecer la conectividad marítima y aumentar la llegada de turistas internacionales.



Un evento clave para la economía y el turismo en México

El Tianguis Turístico México no solo impulsa negocios, también promueve un modelo de turismo más incluyente con:

- Pabellones de turismo comunitario.
- Espacios de financiamiento turístico.
- Programas culturales y artísticos.

La coordinación con el gobierno de Guerrero, encabezado por Evelyn Salgado Pineda, ha sido clave para posicionar nuevamente a Acapulco como sede de este evento internacional.

DATOS DUROS

- El destino cuenta con:
- Más del 86% de su infraestructura hotelera recuperada.
- Más de 17 mil habitaciones disponibles.
- 310 hoteles en operación.
- Se prevé la participación de:
- Más de 8 mil asistentes.
- Más de 1,000 compradores internacionales.
- Representantes de 17 países.
- Se han registrado más de 30 mil citas de negocio.
- Generación de más de 200 empleos locales en su primera fase.

FUENTE

<https://mundoejecutivocdmx.com/turismo/tianguis-turistico-mexico-celebra-50-anos-en-acapulco-con-renovacion-y-fuerza/>



Tianguis Turístico en Acapulco. Prevén más de 8 mil participantes y mil 100 mdp en derrama económica.

Publicado: el 10 abril 2026.

Por: Néstor Ramírez

Josefina Rodríguez Zamora, titular de la Secretaría de Turismo (Sectur), informó que está todo listo para la realización del Tianguis Turístico 2026 en Acapulco. Se estima que el evento dejará una derrama económica estimada en mil 100 millones de pesos y contará con la llegada de más de 8 mil participantes.

La secretaria sostuvo que la gran fiesta del turismo en nuestro país contribuirá de manera significativa a la recuperación económica y turística de la ciudad. Destacó que el impacto del evento no se limitará a la actividad formal, ya que muchos de los asistentes prolongarán su estancia para vacacionar, impulsando así distintos sectores de la economía local.

Tianguis Turístico en Acapulco. Prevén más de 8 mil participantes y mil 100 mdp en derrama económica

Se prevé la llegada de al menos 8 mil participantes, cifra que podría incrementarse ante el interés creciente de visitantes nacionales e internacionales. Entre ellos destacan 250 tour operadores provenientes de diversos países, incluyendo por primera vez representantes de China, además de profesionales de Estados Unidos, Canadá, Japón, Honduras, Nicaragua y Colombia, este último como país invitado.

Rodríguez Zamora detalló que durante el Tianguis se llevarán a cabo alrededor de 30 mil citas de negocios, con posibilidad de aumentar conforme continúe el registro de participantes, lo que refuerza el papel del evento como uno de los principales encuentros de promoción turística en México.

Autoridades informaron que Acapulco presenta un avance del 86% en la recuperación de su infraestructura hotelera, con más de 17 mil habitaciones disponibles para recibir a los asistentes.

Destacaron que la conectividad aérea se encuentra prácticamente restablecida, con la reactivación de rutas clave como Cancún-Acapulco y Cancún-AIFA, lo que facilitará la llegada de visitantes.

Funcionarios federales y estatales coincidieron en que el puerto está listo para albergar el evento y mostrar su capacidad de recuperación, consolidándose nuevamente como un destino estratégico para el turismo nacional e internacional.

DATOS DUROS

- Prevén más de 8 mil participantes y mil 100 mdp en derrama económica.



- Destacan 250 tour operadores provenientes de diversos países, incluyendo por primera vez representantes de China, además de profesionales de Estados Unidos, Canadá, Japón, Honduras, Nicaragua y Colombia, este último como país invitado.
- Durante el Tianguis se llevarán a cabo alrededor de 30 mil citas de negocios, con posibilidad de aumentar conforme continúe el registro de participantes.

FUENTE

<https://mundoejecutivocdmx.com/turismo/tianguis-turistico-en-acapulco-preven-mas-de-8-mil-participantes-y-mil-100-mdp-en-derrama-economica/>



Ciudad de México lidera las búsquedas de viaje en 2026 y confirma el peso de las grandes ciudades en la demanda turística.

Publicado: el 08 abril 2026.

En plena temporada de planeación de viajes, la Ciudad de México se posiciona como el destino más buscado por los viajeros mexicanos para el segundo trimestre de 2026, con un crecimiento de 75% en búsquedas, de acuerdo con datos de Booking.com.

El dato no es menor. En un periodo que abarca del 1 de abril al 30 de junio —marcado por el buen clima, las vacaciones de primavera y el arranque de la planeación de verano—, el comportamiento del viajero mexicano confirma una tendencia clara: el interés por las grandes ciudades, tanto dentro como fuera del país, se mantiene como eje de la demanda turística.

El análisis, basado en búsquedas realizadas entre enero y principios de marzo, revela un equilibrio entre escapadas nacionales y viajes internacionales, con una preferencia creciente por destinos urbanos que combinan oferta cultural, gastronómica y experiencias icónicas.

En el ámbito nacional, además de la capital del país, destaca el crecimiento de Mazatlán, que reporta un incremento del 8% en búsquedas, consolidándose como uno de los destinos de playa con mayor dinamismo en el Pacífico mexicano.

A nivel internacional, Europa concentra buena parte del interés del viajero mexicano. París encabeza la lista con un crecimiento de 22.39%, seguido de Roma con 21.85%, mientras que Madrid mantiene una tendencia positiva con un aumento del 2.41%.

Este comportamiento refleja un viajero que planifica con mayor anticipación y que busca combinar viajes de corta distancia dentro del país con experiencias internacionales que representen un cambio de ritmo, particularmente hacia destinos europeos con una fuerte carga cultural.

Para el sector turístico, estos datos no solo anticipan la demanda para los próximos meses, sino que también marcan la pauta sobre hacia dónde se están dirigiendo las preferencias del mercado mexicano: ciudades con identidad, conectividad y una oferta diversificada que responda a distintos perfiles de viajero.

De acuerdo con la plataforma, los usuarios están aprovechando herramientas digitales para comparar hospedaje, vuelos y actividades, lo que facilita una planeación más personalizada y eficiente en un entorno donde la anticipación se vuelve cada vez más relevante.

Los resultados se basan en los cinco destinos nacionales e internacionales más buscados por viajeros mexicanos para viajar entre abril y junio de 2026,



considerando las búsquedas realizadas en Booking.com del 1 de enero al 5 de marzo, en comparación con el mismo periodo del año anterior.

DATOS DUROS

- En plena temporada de planeación de viajes, la Ciudad de México se posiciona como el destino más buscado por los viajeros mexicanos para el segundo trimestre de 2026, con un crecimiento de 75% en búsquedas, de acuerdo con datos de Booking.com.
- A nivel internacional, Europa concentra buena parte del interés del viajero mexicano. París encabeza la lista con un crecimiento de 22.39%, seguido de Roma con 21.85%, mientras que Madrid mantiene una tendencia positiva con un aumento del 2.41%.

FUENTE

<https://pasilloturistico.com/ciudad-de-mexico-lidera-las-busquedas-de-viaje-en-2026-y-confirma-el-peso-de-las-grandes-ciudades-en-la-demanda-turistica/>