



**México asiste a feria turística internacional en Brasil para fortalecer la promoción en América Latina y el Caribe.**

Publicado: el 14 abril 2026.

Comunicado conjunto 16 / 2026.- México inició actividades en la feria World Travel Market (WTM) Latin America que se lleva a cabo del 14 al 16 de abril, en São Paulo, Brasil.

- El Gobierno de México, a través de la Secretaría de Turismo y la Secretaría de Relaciones Exteriores, puso en marcha una agenda de trabajo con el respaldo de la Embajada de México en Brasil y el Consulado General en São Paulo.
- Tras la inauguración del Pabellón este martes 14 de abril, se dio un encuentro con representantes del Ministerio de Turismo de Brasil y se participó en una cumbre regional.
- La feria World Travel Market reúne a más de 837 expositores de 49 países, 32 mil profesionales y ofrece 60 conferencias.

México inició actividades en la feria World Travel Market (WTM) Latin America que se lleva a cabo del 14 al 16 de abril, en São Paulo, Brasil, uno de los principales escaparates de la industria turística en la región, con más de 837 expositores de 49 países y cerca de 32 mil profesionales.

La presencia de México en Brasil —fortalecida con la asistencia de 19 empresas y la representación de dos estados, Baja California Sur y Quintana Roo— impulsará el flujo de turistas de ese país. Tan sólo en 2025, los viajeros cariocas ocuparon la posición 11 en el ranking de países que visitan México y en los dos primeros meses de 2026 se colocaron en la posición 10. Apenas en febrero de este 2026 inició la operación del trámite de visa digital; en este contexto, se prevé que la implementación del sistema de visado electrónico para nacionales de ese país contribuya al incremento de visitantes brasileños.

En este año 2026, el flujo de pasajeros en enero y febrero se incrementó un 9.2 por ciento con respecto al mismo periodo de 2025 y el número de vuelos subió un 13.4 por ciento, también respecto al año anterior llegando a 152 operaciones; en ese contexto, el escaparate de México en WTM, en un espacio, de 117 metros cuadrados (m<sup>2</sup>), será una de las ventanas de promoción más importantes para seguir promocionando en la región.

En representación de la secretaria de Turismo del Gobierno de México, Josefina Rodríguez Zamora, el jefe de la Unidad de Innovación, Sustentabilidad y Profesionalización Turística, Miguel Aguñiga Rodríguez, acompañado por el embajador de México en Brasil, Carlos García de Alba, y la cónsul general de México en São Paulo, Claudia Velasco Osorio, en representación de la Secretaría de Relaciones Exteriores (SRE), encabezaron el corte de listón del



pabellón de México, marcando oficialmente el inicio de la participación del país en este importante encuentro internacional de la industria turística.

“México debe estar presente en los grandes foros internacionales, promoviendo su grandeza, su diversidad y las oportunidades que ofrece al mundo. Estos espacios nos permiten fortalecer alianzas, generar confianza y seguir posicionando a nuestro país como uno de los destinos más atractivos a nivel global”, declaró Rodríguez Zamora en un mensaje de redes sociales con motivo de la visita.

Este espacio permitirá a México mostrar su vasta oferta turística, desde destinos de sol y playa hasta su patrimonio cultural, natural y gastronómico, al tiempo que facilita encuentros de negocios, la generación de alianzas estratégicas y la atracción de un mayor número de visitantes internacionales.

Al respecto, Miguel Aguiñiga expresó que la participación de México en WTM Latin America forma parte de su estrategia integral de promoción en las principales ferias turísticas del mundo, con el objetivo de diversificar mercados, fortalecer la conectividad y potenciar la llegada de turistas hacia los distintos destinos del país.

Adicionalmente, se ofreció una presentación de destino ante turoperadores, representantes de asociaciones, aerolíneas, agencias de viaje y medios de comunicación. Posteriormente, se llevó a cabo el corte de listón del Pabellón México, donde se promocionaron los destinos asistentes: Baja California Sur y Quintana Roo.

#### Participación en Ministers' Summit

Como parte de la participación de México en este encuentro, se llevó a cabo la 1ª WTM Latin America Ministers' Summit, un espacio que reúne por primera vez a ministros de turismo y representantes ministeriales de América Latina, bajo la temática “Turismo Latinoamericano: Responsable y regenerativo para el futuro”.

Este encuentro tiene como objetivo fortalecer la cooperación regional y promover el desarrollo sustentable del turismo, a través de un formato de diálogo que busca construir una agenda colaborativa orientada a generar un impacto positivo y regenerativo en los destinos de la región.

En su oportunidad, el embajador de México en Brasil, Carlos García de Alba, destacó que la presencia de México en la WTM Latin America refleja la prioridad estratégica que el país otorga a la relación con Brasil, como parte de una agenda más amplia de acercamiento político y cooperación regional.

Dijo que el fortalecimiento de los flujos turísticos contribuye a profundizar los vínculos entre ambas sociedades, dinamizar el intercambio económico y consolidar una relación bilateral más sólida, diversificada y orientada al desarrollo compartido.



## Reunión bilateral México–Brasil

Posteriormente, se llevó a cabo una reunión bilateral con representantes del Ministerio de Turismo de Brasil, con el objetivo de explorar agendas conjuntas en materia de turismo, conectividad y promoción internacional.

Durante la feria, la Secretaría de Turismo (Sectur), en coordinación con la Secretaría de Relaciones Exteriores (SRE), sostendrá encuentros con inversionistas, aerolíneas y medios de comunicación para presentar la oferta país, así como las ventajas competitivas de México.

Esta participación forma parte de la visión de la Presidenta Claudia Sheinbaum Pardo de posicionar a México en los principales foros internacionales, impulsando el turismo como motor de bienestar, desarrollo económico y cooperación entre los pueblos de la región.

### **DATOS DUROS**

- La feria World Travel Market reúne a más de 837 expositores de 49 países, 32 mil profesionales y ofrece 60 conferencias.
- La presencia de México en Brasil —fortalecida con la asistencia de 19 empresas y la representación de dos estados, Baja California Sur y Quintana Roo— impulsará el flujo de turistas de ese país. Tan sólo en 2025, los viajeros cariocas ocuparon la posición 11 en el ranking de países que visitan México y en los dos primeros meses de 2026 se colocaron en la posición 10.
- En este año 2026, el flujo de pasajeros en enero y febrero se incrementó un 9.2 por ciento con respecto al mismo periodo de 2025 y el número de vuelos subió un 13.4 por ciento, también respecto al año anterior llegando a 152 operaciones; en ese contexto, el escaparate de México en WTM, en un espacio, de 117 metros cuadrados (m<sup>2</sup>), será una de las ventanas de promoción más importantes para seguir promocionando en la región.

### **FUENTE**

<https://www.gob.mx/sectur/articulos/mexico-asiste-a-feria-turistica-internacional-en-brasil-para-fortalecer-la-promocion-en-america-latina-y-el-caribe?idiom=es>



## **Tequisquiapan celebra 50 años del Festival Internacional del Arte, Queso y Vino 2026.**

Publicado: el 14 abril 2026.

Comunicado 072/2026.- En el marco de su 50 aniversario, fue presentado el Festival Internacional del Arte, Queso y Vino 2026 en Punto México de la Secretaría de Turismo, un evento que fortalece la vocación turística del Pueblo Mágico de Tequisquiapan.

- El festival se llevará a cabo del 7 al 24 de mayo, con una afluencia estimada de más de 200 mil visitantes y acceso gratuito.
- Autoridades destacaron que cerca del 70% del PIB del municipio está vinculado al turismo, consolidando a Tequisquiapan como un caso de éxito de desarrollo local y referente en enoturismo a nivel nacional.
- Ofrecerá una amplia programación cultural, gastronómica y artística en distintos puntos del destino, con espectáculos como la Sinfónica de La Serena, Kabah, El Gran Silencio y Bronco, además de actividades deportivas como el Correfest.

En el marco de su 50 aniversario, fue presentado el Festival Internacional del Arte, Queso y Vino 2026 en Punto México de la Secretaría de Turismo, un evento que fortalece la vocación turística del Pueblo Mágico de Tequisquiapan y que se realizará del 7 al 24 de mayo.

En representación de la secretaria de Turismo del Gobierno de México, Josefina Rodríguez Zamora, el director general de Gestión Social de Destinos, Marte Luis Molina Orozco, destacó el crecimiento turístico de Tequisquiapan como un caso de éxito de desarrollo local.

“Antes, quizá, solo se producía vino para el consumo local. Hoy se invita a las personas a vivir toda una experiencia alrededor de la cata. Hoy se genera un festival que, con más de 200 mil visitantes esperados del 7 al 24 de mayo, refleja una mejor optimización de los recursos y la capacidad de generar prosperidad compartida”, declaró.

Subrayó que actualmente cerca del 70 por ciento del Producto Interno Bruto del municipio está vinculado al turismo, reflejo de una transformación profunda en su vocación económica y social. En este sentido, enfatizó que el festival no sólo impulsa la actividad turística, sino que fortalece la identidad comunitaria y genera experiencias en torno al vino, la gastronomía y la cultura.

Por su parte, el director de Promoción Turística de la Secretaría de Turismo del estado de Querétaro, Rodrigo Ibarra Lozano, destacó que este festival posiciona a la entidad como referente nacional e internacional en enoturismo, consolidando la Ruta del Arte, Queso y Vino como uno de los principales atractivos del país.



En tanto, el presidente municipal de Tequisquiapan, Héctor Magaña Rentería, subrayó que el festival se mantiene como un evento gratuito y abierto a todas las personas, lo que ha permitido ampliar su alcance y fortalecer su carácter social y familiar.

Se desarrollará en distintos puntos del centro de Tequisquiapan, como el Parque La Pila, el Jardín Principal Miguel Hidalgo, el Jardín del Arte y el Teatro del Pueblo, convirtiendo al destino en un gran espacio abierto donde la cultura, la gastronomía y el entretenimiento se viven en cada rincón.

Este 2026, el festival celebra 50 años de historia, con un programa que integra actividades culturales, gastronómicas, artísticas y deportivas. La inauguración se llevará a cabo el 7 de mayo en la Plaza Principal Miguel Hidalgo, con la presentación estelar de la Sinfónica de La Serena.

El cartel contempla espectáculos como el Show Mexicanísimo de la Alta Escuela Ecuestre Domecq, así como conciertos de Kabah, El Gran Silencio y Bronco. Además, se realizarán eventos deportivos como el Correfest, el 24 de mayo, junto con escenarios alternos que darán espacio a artistas locales y regionales.

Con esta oferta, el Festival Internacional del Arte, Queso y Vino se reafirma como uno de los eventos más importantes del país, al conjugar tradición, innovación y desarrollo social, posicionando a Tequisquiapan como un destino clave del turismo en México.

Este encuentro busca involucrar a productores, artesanos, sector académico y comunidad local en una dinámica de beneficio colectivo. Asimismo, señaló que el festival contribuye a romper la estacionalidad turística, al consolidarse como una oferta atractiva posterior a la temporada de Semana Santa.

Agregó que Tequisquiapan cumple con los objetivos del programa Pueblos Mágicos, al combinar cercanía con mercados turísticos estratégicos como la Ciudad de México y la ciudad de Querétaro, además de ofrecer experiencias auténticas que integran tradición, arte y participación comunitaria.

### **DATOS DUROS**

- El festival se llevará a cabo del 7 al 24 de mayo, con una afluencia estimada de más de 200 mil visitantes y acceso gratuito.
- Autoridades destacaron que cerca del 70% del PIB del municipio está vinculado al turismo, consolidando a Tequisquiapan como un caso de éxito de desarrollo local y referente en enoturismo a nivel nacional.

### **FUENTE**

<https://www.gob.mx/sectur/articulos/tequisquiapan-celebra-50-anos-del-festival-internacional-del-arte-queso-y-vino-2026?idiom=es>

## **Mundial 2026: Ciudades anfitrionas alcanzan aumentos de hasta 67% en reservas de vuelos.**

Publicado: el 14 abril 2026.

Por: Europa Press

Las 16 ciudades anfitrionas del Mundial de fútbol 2026, que se celebra en Estados Unidos, Canadá y México a mediados de junio, registran aumentos de dos dígitos en las reservas de vuelos, según datos de *RateGain*.

Las 16 ciudades anfitrionas del Mundial de fútbol 2026, que se celebra en Estados Unidos, Canadá y México a mediados de junio, registran aumentos de dos dígitos en las reservas de vuelos, según datos de *RateGain*.

Monterrey, Dallas y Houston son las urbes que alcanzan en estos momentos los mayores incrementos, con alzas del 67%, 42% y 38%, respectivamente.

Sin embargo, dos ciudades marcan descensos en las reservas, siendo el caso de Seattle y Guadalajara, mientras que la Ciudad de México no experimenta crecimientos ni caídas.

Para el fundador y director general de RateGain, Bhanu Chopra, el Mundial de la FIFA es uno de los eventos de demanda más importantes para el turismo global y las marcas que ganarán serán aquellas que actúen con inteligencia en tiempo real, no las que esperen a que los datos se actualicen.

"Ahora, con este panel interactivo ponemos datos en tiempo real a disposición de todos para el beneficio de toda la industria para basar sus decisiones en evidencias, no intuiciones", añadió.

### **DATOS DUROS**

- Las 16 ciudades anfitrionas del Mundial de fútbol 2026, que se celebra en Estados Unidos, Canadá y México a mediados de junio, registran aumentos de dos dígitos en las reservas de vuelos, según datos de *RateGain*.
- Monterrey, Dallas y Houston son las urbes que alcanzan en estos momentos los mayores incrementos, con alzas del 67%, 42% y 38%, respectivamente.

### **FUENTE**

<https://www.eleconomista.com.mx/empresas/ciudades-anfitrionas-mundial-2026-alcanzan-aumentos-dos-digitos-reservas-vuelos-20260415-808845.html>

## **La SICT suspende temporalmente el Certificado de Operador Aéreo a Magnicharters.**

Publicado: el 14 abril 2026.

Por: Alejandro de la Rosa

La Secretaría de Infraestructura, Comunicaciones y Transportes anticipó que a la llamada aerolínea turística de México se le podría revocar su título de concesión que data del 24 de octubre del 2000 si no garantiza el cumplimiento de diversos requerimientos oficiales para operar de manera segura, entre ellos los financieros.

La Secretaría de Infraestructura, Comunicaciones y Transportes (SICT), a través de la Agencia Federal de Aviación Civil (AFAC), informó la noche de este martes que determinó suspender temporalmente el Certificado de Operador Aéreo (AOC, por sus siglas en inglés) de [Magnicharters](#) por cancelar el 11 de abril, de manera unilateral, los vuelos que tenían programados para las siguientes dos semanas.

Además, anticipó que a la llamada aerolínea turística de México se le podría revocar su título de concesión que data del 24 de octubre del 2000 si no garantiza el cumplimiento de diversos requerimientos oficiales para operar de manera segura, entre ellos los financieros.

Sin el AOC, Magnicharters no puede volver a operar en un par de semanas, como mencionó en su comunicado de cese de operaciones por “problemas logísticos”

Tres días después del paro de actividades que dejó a pasajeros varados, principalmente en el aeropuerto de Cancún, la SICT detalló:

“Desde el mes de enero de 2026, la AFAC realizó una Verificación Técnica Administrativa (VTA) a Magnicharters, de acuerdo al artículo 84 de la Ley de Aviación Civil, en la que se identificaron y notificaron hallazgos. En esta verificación se aclaró que cumplían con todas las medidas de seguridad operacional para continuar volando, no obstante, se solicitó resolver las observaciones en materia financiera y acreditar las soluciones de las mismas”.

Sin embargo, por el paro de actividades, se decidió la suspensión temporal del AOC.

“Adicionalmente, ante la falta de capacidad financiera identificada, se detectó que esto podría representar un riesgo para la seguridad operacional. Así mismo, se otorgará a la empresa un plazo para presentar un plan que atienda los hallazgos detectados y garantice el cumplimiento de las condiciones necesarias para operar de manera segura”, detalló la secretaria.

Aunque no se precisó el tiempo otorgado a la aerolínea, se dejó en claro que, de no acreditar la solvencia requerida, se procederá a la revocación definitiva del



título de concesión y del AOC, lo que implicaría el cese permanente de sus operaciones comerciales.

Por lo pronto, sigue activo el plan emergente de apoyo a pasajeros en tránsito, en coordinación con aerolíneas, grupos aeroportuarios y el gobierno de Quintana Roo, con el objetivo de asegurar su traslado oportuno y seguro a sus destinos de origen.

“La SICT reitera su compromiso con la seguridad operacional, la protección de las y los usuarios y el fortalecimiento del sector aeronáutico nacional, así como su disposición al diálogo constructivo con todos los actores de la industria, para avanzar hacia un sistema más seguro, eficiente y moderno”, refirió la dependencia.

**FUENTE**

**<https://www.eleconomista.com.mx/empresas/sict-suspende-temporalmente-certificado-operador-aereo-magnicharters-20260414-808780.html>**

## **Destinos mexicanos suman competencias deportivas internacionales para atraer turismo.**

Publicado: el 14 abril 2026.

Por: Esmeralda Lázaro

Jalisco y Tabasco serán sedes de competencias deportivas internacionales en 2026, con las cuales se busca atraer nuevos visitantes.

La realización del Puerto Vallarta Downhill & Freestyle y la Tapalpa Airlines World Cup, dos eventos de deporte extremo dejarán una derrama económica superior a los 70 millones de pesos en el estado de Jalisco, los cuales forman parte de una estrategia que contempla más de 100 eventos de escala mundial a lo largo del año.

El turismo deportivo representa ya el 10% del gasto turístico a nivel mundial y este 2026, designado como el Año del Turismo Deportivo en México, el estado apuesta por este segmento para atraer nuevos perfiles de visitantes, aseguró en rueda de prensa desde la Ciudad de México, Michele Fridman Hirsch, secretaria de Turismo de Jalisco.

La carrera ciclista, Puerto Vallarta Downhill & Freestyle, se llevará a cabo el 1 y 2 de mayo en el Centro Histórico y el malecón, con un recorrido que inicia en el Cerro de las Antenas; la pista se construye de manera específica sin poder probarse previamente, y será certificada por un equipo especializado proveniente del Reino Unido.

Se espera una asistencia de 20 mil personas para el evento de Puerto Vallarta y una derrama económica de 70 millones de pesos. En esta exhibición participarán 40 atletas profesionales de 12 países, entre ellos Francia, Estados Unidos, República Checa, Austria, Colombia, Chile, Canadá, España, Brasil y México.

El 16 de mayo, el Pueblo Mágico de Tapalpa recibirá la Tapalpa Airlines World Cup 2026, una exhibición de cuerda floja que forma parte del circuito internacional de esta disciplina, con escasa presencia en el país. Se prevén 2,000 asistentes y una derrama de 7 millones de pesos.

### **L'Étape Tabasco by Tour de France**

La edición 2026 de L'Étape Tabasco by Tour de France generará una derrama económica total de 36.8 millones de pesos en el estado, de acuerdo con la secretaría de Economía y Turismo, Katia Ornelas Gil.

El evento es organizado por A.S.O. (Amaury Sport Organisation), la empresa francesa propietaria y organizadora del Tour de Francia, la competencia de ciclismo más importante del mundo.



L'Étape es su versión amateur, diseñada para que ciclistas no profesionales puedan vivir la misma experiencia, logística y exigencia que los corredores del Tour, el 6 de septiembre llegará por primera vez a Tabasco. Se proyecta la participación de 1,500 competidores y una asistencia total de 4,725 personas.

El evento ofrecerá tres rutas: larga de 135 km, corta de 55 km y sprint de 35 km. El perfil de los participantes es mayoritariamente de la Ciudad de México (60%) y Estado de México (16%), con edades predominantes entre 31 y 40 años, y una composición de 65% hombres y 35% mujeres.

Tabasco fue elegido por sus condiciones de seguridad, infraestructura y conectividad, así como el compromiso institucional para garantizar un evento de clase mundial, señaló Omar García Morín, director deportivo de L'Étape México.

El gobierno del estado busca consolidar este evento como una tradición anual, para que los beneficios para la economía local, el turismo y el posicionamiento internacional del estado sean sostenidos.

#### **FUENTE**

<https://www.eleconomista.com.mx/estados/destinos-mexicanos-suman-competencias-deportivas-internacionales-atraer-turismo-20260414-808745.html>



## **Delfina Gómez lanza “Estadio de México, Destino Futbolero” con cultura, obras viales y bienestar.**

Publicado: el 14 abril 2026.

Por: Gobierno del Estado de México

- El partido de despedida de la Selección Mexicana se jugará el 4 de junio en el Estadio Nemesio Diez en Toluca.
- El Estado de México se declara “La Capital Mundial, del Bienestar Animal” en favor de los seres sintientes para reforzar la campaña “La Mejor Jugada es Adoptar”.
- El balón en tierras mexiquenses motivará a niños, jóvenes y familias a practicar más deporte y a participar en las actividades del Mundialito Social impulsado por la Presidenta Claudia Sheinbaum Pardo.

TOLUCA, Estado de México.— En un hecho histórico, el Estado de México será sede del partido de despedida de la Selección Nacional rumbo a la Copa Mundial FIFA 2026, encuentro que disputará el 4 de junio ante Serbia en el Estadio Nemesio Diez, lo que posiciona a la entidad como protagonista del fútbol internacional.

“Me llena de emoción compartirles que el Estadio Nemesio Diez será el escenario del partido de despedida de México contra Serbia, el próximo 4 de junio. Agradezco profundamente a la Federación Mexicana de Fútbol la firma de este Convenio que permite traer eventos de talla internacional a tierra mexiquense”, indicó la Gobernadora Delfina Gómez Álvarez en la presentación del partido realizada en Palacio de Gobierno.

Durante el anuncio, la Gobernadora Delfina Gómez Álvarez presentó la estrategia “Estadio de México. Destino Futbolero”, un plan de obras de movilidad, infraestructura, seguridad, turismo y desarrollo social que ya iniciaron y que serán permanentes para mejorar la calidad de vida de las familias mexiquenses.

Como parte de esta estrategia, el Gobierno estatal impulsa la reconstrucción y modernización de vialidades como Periférico Norte, la carretera Toluca-Tenango, el Macrolibramiento y la Vialidad Mexiquense, a fin de fortalecer la conectividad con el Aeropuerto AIFA, así como obras en mercados, plazas públicas, parques y espacios deportivos en los 125 municipios.

“Somos una entidad que se está transformando, y bajo el lema Estadio de México, esta es una gran oportunidad para mostrar al mundo la hospitalidad y la calidez que caracteriza a nuestro pueblo, pero en especial, la grandeza de nuestro Estado”, refirió la Gobernadora Delfina Gómez Álvarez.

“Estadio de México. Destino Futbolero” también representa un impulso para la economía local, al incrementar la actividad en sectores como hotelería, restaurantes, transporte y comercio, además de generar empleos en áreas como logística, seguridad y servicios.



De manera complementaria, se desplegarán actividades culturales, turísticas y comunitarias en todo el territorio mexiquense, incluyendo fan zones en Pueblos Mágicos, ferias, mercados, activaciones ambientales y eventos deportivos, acercando la experiencia mundialista a miles de familias.

En materia de seguridad, se implementarán operativos especiales y herramientas tecnológicas como reconocimiento facial, ampliación del sistema de videovigilancia y monitoreo en rutas estratégicas, garantizando una experiencia segura para visitantes nacionales y extranjeros.

Asimismo, la Gobernadora Delfina Gómez Álvarez declaró al Estado de México como “Capital Mundial del Bienestar Animal”, reforzando acciones como el programa “La Mejor Jugada es Adoptar”, en colaboración con el Club Deportivo Toluca, para promover el cuidado, la adopción y la protección de los seres sintientes.

Durante la justa mundialista, el Gobierno del Estado de México aprovechará que el balón estará en tierras mexiquenses para motivar aún más a niños, jóvenes y familias a practicar más deporte y a participar en las actividades del Mundialito Social impulsado por la Presidenta de México, la Doctora Claudia Sheinbaum Pardo.

Como parte del legado social de esta estrategia, el Gobierno del EdoMéx, a través de la Secretaría de Educación, Ciencia, Tecnología e Innovación, impulsa el Mundialito Social en coordinación con el Gobierno de México, fomentando la participación de niñas, niños y jóvenes a través del deporte, con eventos como el Mundialito Escolar, que ha reunido a más de 200 mil participantes.

En su intervención, el Comisionado de la Federación Mexicana de Fútbol, Mikel Arriola Peñalosa, dijo que al momento la Selección ha jugado 12 partidos de fútbol, de los tres restantes “el colofón de la preparación” será en la ciudad de Toluca gracias al apoyo de la Gobernadora Delfina Gómez Álvarez y a su respaldo al fútbol, así como a la Selección.

Además, destacó que el Mundial de 2026 unirá a Norteamérica, una de las regiones más poderosas e integradas en materia económica y comercial, que concentra alrededor del 30 por ciento del PIB nominal mundial, con el evento deportivo de mayor audiencia global de la humanidad, lo que permitirá proyectar a México ante más de 6 billones de espectadores en todo el mundo.

Con estas acciones, el Estado de México se consolida como un destino futbolero de clase mundial, donde el deporte se convierte en motor de bienestar, desarrollo y unidad social, dejando un legado duradero para las y los mexiquenses.

### **DATOS DUROS**

- Como parte de esta estrategia, el Gobierno estatal impulsa la reconstrucción y modernización de vialidades como Periférico Norte, la carretera Toluca-Tenango, el Macrolibramiento y la Vialidad Mexiquense, a fin de fortalecer la conectividad con el Aeropuerto AIFA, así como obras



en mercados, plazas públicas, parques y espacios deportivos en los 125 municipios.

- El Mundial de 2026 unirá a Norteamérica, una de las regiones más poderosas e integradas en materia económica y comercial, que concentra alrededor del 30 por ciento del PIB nominal mundial, con el evento deportivo de mayor audiencia global de la humanidad, lo que permitirá proyectar a México ante más de 6 billones de espectadores en todo el mundo.

**FUENTE**

<https://www.eleconomista.com.mx/politica/delfina-gomez-lanza-estadio-mexico-destino-futbolero-cultura-obras-viales-bienestar-20260414-808715.html>

## **Gasto de turistas mexicanos en el extranjero arrancó 2026 con récord.**

Publicado: el 14 abril 2026.

Por: Redacción El Economista

El gasto en viajes internacionales muestra una fuerte recuperación pospandemia y alcanzó su nivel más alto en el segundo mes del 2026.

El gasto de turistas mexicanos en el extranjero ha mostrado una recuperación sostenida tras la caída registrada durante la pandemia, alcanzando un nuevo máximo en el inicio de 2026.

Entre enero y febrero de ese año, el gasto ascendió a 2,369 millones de dólares, la cifra más alta de la serie reciente. Adicionalmente, este número representó un crecimiento de 23.2% en comparación interanual, según cifras del Banco de México reportadas por el Inegi.

Este comportamiento refleja una reactivación significativa del turismo internacional por parte de los mexicanos; especialmente en la era pospandemia.

La recuperación ha sido consistente: en 2022 el gasto subió a 815 millones, en 2023 alcanzó 1,168 millones, y en 2024 se situó en 1,404 millones. Para 2025, el monto ya había escalado a 1,923 millones de dólares, consolidando una tendencia al alza que culmina en el récord de 2026.

Este dinamismo responde a varios factores, entre ellos una mayor salida de mexicanos al extranjero, la apreciación relativa de la moneda nacional y una demanda contenida de turismo que se liberó tras las restricciones sanitarias. Además, el crecimiento sostenido sugiere un cambio estructural en los hábitos de consumo turístico, donde los mexicanos están destinando una mayor proporción de su gasto en viajes al exterior del país.

### **DATOS DUROS**

- Gasto de turistas mexicanos en el extranjero arrancó 2026 con récord.
- Entre enero y febrero de ese año, el gasto ascendió a 2,369 millones de dólares, la cifra más alta de la serie reciente. Adicionalmente, este número representó un crecimiento de 23.2% en comparación interanual, según cifras del Banco de México reportadas por el Inegi.
- La recuperación ha sido consistente: en 2022 el gasto subió a 815 millones, en 2023 alcanzó 1,168 millones, y en 2024 se situó en 1,404 millones. Para 2025, el monto ya había escalado a 1,923 millones de dólares, consolidando una tendencia al alza que culmina en el récord de 2026.

### **FUENTE**

<https://www.eleconomista.com.mx/empresas/gasto-turistas-mexicanos-extranjero-arranco-2026-record-20260414-808627.html>

## **Viva ajusta capacidad y reporta ligera caída de pasajeros en marzo.**

Publicado: el 14 abril 2026.

Viva reportó una disminución de 1.6% en su tráfico de pasajeros durante marzo de 2026, al transportar 2.4 millones de viajeros, en un mes marcado por ajustes operativos y presión en costos.

El factor de ocupación se ubicó en 84.5%, una caída de 1.4 puntos porcentuales frente al mismo periodo de 2025, reflejando una menor utilización de capacidad en un entorno de demanda más cautelosa.

### **Menor capacidad y presión en el mercado internacional**

Durante el mes, la aerolínea redujo su capacidad total, medida en asientos por milla disponibles (ASMs), en 2.8%. Este ajuste fue más pronunciado en el segmento internacional, con una contracción de 8.2%, mientras que el mercado doméstico registró una disminución de 1.6%.

En términos de tráfico:

- El mercado nacional cayó 0.9%, con 2.1 millones de pasajeros
- El segmento internacional registró una baja más marcada de 6.8%, con 240 mil pasajeros

En cuanto a ocupación, el mercado doméstico alcanzó 86.2%, mientras que el internacional se ubicó en 76.4%.

### **Combustible, motores y operación: los factores detrás**

De acuerdo con Juan Carlos Zuazua, los resultados responden a una combinación de factores operativos y de mercado.

“Durante marzo, el volumen de pasajeros registró una disminución de 1.6%, con un factor de ocupación de 84.5%. El desempeño refleja ajustes de capacidad ante la evolución de la demanda y la volatilidad en los precios del combustible, así como disrupciones operativas ocurridas a finales de febrero”, señaló.

El directivo también subrayó el impacto de la puesta en tierra de motores Pratt & Whitney, lo que ha obligado a la aerolínea a mantener una operación más prudente.

### **Primer trimestre con crecimiento moderado**

A pesar del retroceso mensual, en el acumulado de enero a marzo, Viva reportó un crecimiento de 1.3% en pasajeros, al alcanzar 6.9 millones.

- Mercado nacional: +2.3%
- Mercado internacional: -6.7%



El factor de ocupación acumulado se situó en 84.2%, ligeramente por debajo del 84.8% registrado en el mismo periodo del año anterior.

Cautela ante la incertidumbre

La aerolínea anticipa que mantendrá una estrategia conservadora en los próximos meses, enfocada en alinear capacidad con demanda, en un entorno que sigue marcado por la volatilidad en el precio del combustible y limitaciones operativas.

Con estos resultados, Viva confirma una tendencia que comienza a observarse en el mercado: ajustes en capacidad y una operación más disciplinada frente a un entorno que exige mayor eficiencia.

### **DATOS DUROS**

- Viva reportó una disminución de 1.6% en su tráfico de pasajeros durante marzo de 2026, al transportar 2.4 millones de viajeros, en un mes marcado por ajustes operativos y presión en costos.
- El factor de ocupación se ubicó en 84.5%, una caída de 1.4 puntos porcentuales frente al mismo periodo de 2025, reflejando una menor utilización de capacidad en un entorno de demanda más cautelosa.
- Durante el mes, la aerolínea redujo su capacidad total, medida en asientos por milla disponibles (ASMs), en 2.8%.
- Este ajuste fue más pronunciado en el segmento internacional, con una contracción de 8.2%, mientras que el mercado doméstico registró una disminución de 1.6%.
- El mercado nacional cayó 0.9%, con 2.1 millones de pasajeros.
- El segmento internacional registró una baja más marcada de 6.8%, con 240 mil pasajeros.
- En cuanto a ocupación, el mercado doméstico alcanzó 86.2%, mientras que el internacional se ubicó en 76.4%.
- Durante marzo, el volumen de pasajeros registró una disminución de 1.6%, con un factor de ocupación de 84.5%.
- Viva reportó un crecimiento de 1.3% en pasajeros, al alcanzar 6.9 millones.
- El factor de ocupación acumulado se situó en 84.2%, ligeramente por debajo del 84.8% registrado en el mismo periodo del año anterior.

### **FUENTE**

<https://pasilloturistico.com/viva-ajusta-capacidad-y-reporta-ligera-caida-de-pasajeros-en-marzo/>

## **Sector México impulsa turismo en WTM Latin America 2026.**

Publicado: el 14 abril 2026.

Por: Redacción Mundo Ejecutivo

México inició su participación en la feria World Travel Market (WTM) Latin America 2026 en São Paulo, Brasil, con el objetivo de fortalecer su promoción turística en América Latina y atraer más visitantes brasileños, un mercado en crecimiento para el país.

La delegación mexicana, encabezada por autoridades de turismo y diplomacia, desplegó una agenda de trabajo respaldada por su red consular y diplomática. El arranque incluyó la inauguración del Pabellón México, así como encuentros con autoridades brasileñas y actores clave del sector.

### **WTM Latin America: escaparate clave para el turismo mexicano**

La WTM Latin America reúne a más de 837 expositores de 49 países y cerca de 32 mil profesionales del sector, consolidándose como uno de los principales espacios de negocio turístico en la región.

En este contexto, México participa con 19 empresas y la representación de destinos estratégicos como Baja California Sur y Quintana Roo, buscando posicionar su oferta diversificada ante operadores, aerolíneas y agencias.

El pabellón mexicano, con una superficie de 117 metros cuadrados, funciona como vitrina para promover desde destinos de playa hasta su riqueza cultural, natural y gastronómica.

### **Turismo brasileño crece y México busca capitalizarlo**

El mercado brasileño ha mostrado un crecimiento sostenido. En 2025, Brasil se ubicó en el lugar 11 entre los países emisores de turistas hacia México, y en los primeros meses de 2026 ascendió al puesto 10.

Además, el flujo de pasajeros aumentó 9.2% en el primer bimestre de 2026, mientras que las operaciones aéreas crecieron 13.4%, alcanzando 152 vuelos. A esto se suma la reciente implementación de la visa digital para ciudadanos brasileños, que podría acelerar aún más la llegada de visitantes.

### **Cumbre ministerial impulsa turismo sostenible en la región**

Durante el evento, México participó en la primera Ministers' Summit de WTM Latin America, centrada en el desarrollo de un turismo responsable y regenerativo.

Este espacio reunió a ministros y representantes del sector para construir una agenda regional que promueva prácticas sostenibles y fortalezca la cooperación entre países latinoamericanos.

### **México y Brasil exploran nuevas rutas de cooperación turística**



Como parte de su agenda, la delegación mexicana sostuvo una reunión bilateral con autoridades del Ministerio de Turismo de Brasil para explorar oportunidades en conectividad aérea, promoción conjunta e inversión.

Estos encuentros buscan consolidar una relación turística más sólida entre ambos países, aprovechando el crecimiento del intercambio de viajeros y el interés mutuo por diversificar mercados.

La participación de México en la WTM Latin America forma parte de una estrategia más amplia para posicionarse en los principales foros internacionales y consolidar al turismo como motor de desarrollo económico y cooperación regional.

### **DATOS DUROS**

- La WTM Latin America reúne a más de 837 expositores de 49 países y cerca de 32 mil profesionales del sector, consolidándose como uno de los principales espacios de negocio turístico en la región.
- En este contexto, México participa con 19 empresas y la representación de destinos estratégicos como Baja California Sur y Quintana Roo, buscando posicionar su oferta diversificada ante operadores, aerolíneas y agencias.
- El pabellón mexicano, con una superficie de 117 metros cuadrados, funciona como vitrina para promover desde destinos de playa hasta su riqueza cultural, natural y gastronómica.

### **FUENTE**

<https://mundoejecutivocdmx.com/turismo/mexico-wtm-latin-america-2026-turismo-brasil/>

## **Profeco atiende a afectados por Magnicharter.**

Publicado: el 14 abril 2026.

Por: Citlali Sáenz

Personal de la Profeco atiende a pasajeros varados en el aeropuerto internacional ante la crisis generada por la cancelación masiva de vuelos de Magnicharters.

Debido a la cancelación de vuelos por parte de la aerolínea Magnicharters en diversas partes del país, desde el pasado 11 de abril, la Procuraduría Federal del Consumidor (Profeco) informó que ha proporcionado más de 140 asesorías a personas consumidoras que lo han requerido.

También indicó que se han atendido 156 llamadas mediante el Teléfono del Consumidor y se han recibido ocho quejas mediante correo electrónico.

Cabe señalar que a la fecha Magnicharters ha cancelado 18 vuelos que cubrían las rutas: México-Cancún, Monterrey-Cancún, Cancún-Monterrey, Cancún-México, Huatulco-México, México-Huatulco, Mérida-México y México-Mérida.

Profeco recordó que desde el primer momento de las cancelaciones, personal de la Procuraduría acudió a los módulos de la aerolínea para poder conciliar, sin embargo, no se encontró al personal.

La institución desplegó brigadas en los aeropuertos de Monterrey, Nuevo León; Cancún, Quintana Roo; y Ciudad de México, donde se ha colocado información para atender a las personas afectadas e invitarlas a que se acerquen a los mostradores de las aerolíneas VivaAerobus y Volaris, para ver la posibilidad de que se les otorgue un vuelo a su lugar de origen.

Esta medida está sujeta a disponibilidad y se realiza como una forma de apoyo en el regreso a casa.

Asimismo dijo que se han realizado visitas a los domicilios fiscales registrados ante la Profeco, tanto en Monterrey, como en la Ciudad de México, encontrándose con locales cerrados y sin personal.

Para proteger y defender los derechos de las y los afectados, así como conocer y coordinar acciones que les ofrezcan alternativas, la Procuraduría mantiene comunicación con la Secretaría de Infraestructura, Comunicaciones y Transportes (SICT) y directivos de las aerolíneas Aeroméxico, VivaAerobus, Volaris y Canaero.

El domingo 12 la SICT dispuso un vuelo de apoyo para personas varadas en Cancún, Quintana Roo, con destino a Monterrey, Nuevo León. Además se dispusieron vuelos de apoyo para las personas que viajaban de Cancún a la Ciudad de México.



En todo momento se ha priorizado colocar a las y los viajeros varados en aeropuertos distintos a su lugar de origen.

### **DATOS DUROS**

- Profeco informó que ha proporcionado más de 140 asesorías a personas consumidoras que lo han requerido.
- También indicó que se han atendido 156 llamadas mediante el Teléfono del Consumidor y se han recibido ocho quejas mediante correo electrónico.
- Cabe señalar que a la fecha Magnicharters ha cancelado 18 vuelos que cubrían las rutas: México-Cancún, Monterrey-Cancún, Cancún-Monterrey, Cancún-México, Huatulco-México, México-Huatulco, Mérida-México y México-Mérida.

### **FUENTE**

<https://mvsnoticias.com/economia/2026/4/14/profeco-atiende-afectados-por-magnicharter-736568.html>

## **Opinión por Vicente Gutiérrez Camposeco / Lo hecho en México siempre gana.**

Publicado: el 14 abril 2026.

Por: Vicente Gutiérrez Camposeco

Estamos a dos meses de que arranque el Mundial en nuestro país y, a propósito del espíritu futbolero, los preparativos están casi al cien por ciento, tanto a nivel infraestructura, como a nivel organización para que México albergue a turistas nacionales y extranjeros en uno de los eventos más esperados por los mexicanos y de grandes dimensiones para el comercio de la Ciudad de México, donde, un evento de estas dimensiones permitirá mostrar al mundo que, lo bien hecho, siempre gana.

De acuerdo con datos presentados por la Cámara de Comercio Servicios y Turismo (Canaco CDMX), el próximo gran evento internacional de fútbol puede convertirse en un punto de inflexión para la economía de la capital, al estimarse una derrama económica de 26 mil 280 millones de pesos, la llegada de un millón 168 mil turistas y la posible generación de entre 70 mil y 90 mil empleos.

La justa deportiva será un momento muy especial, cerca de seis billones de personas ven el mundial. Es el espectáculo que más se ve en el mundo. La Ciudad de México tiene el orgullo de inaugurar un Mundial por tercera ocasión.

Cuando el balón eche a rodar el próximo mes de junio, la Copa del Mundo será mucho más que el mayor escaparate deportivo del planeta. Será la culminación visible de una operación económica global que lleva más de una década gestándose y que moviliza:

- Inversiones públicas.
- Decisiones empresariales.
- Flujos turísticos.
- Cadenas de suministro.
- Estrategias de posicionamiento internacional.

**Mundial 2026: motor económico y turístico**

El Mundial 2026 -que organizarán conjuntamente Estados Unidos, México y Canadá- no solo hará historia por ser el primero con 48 selecciones y el más largo hasta la fecha (39 días de competición), sino por consolidar definitivamente la transformación del fútbol en una industria económica de escala planetaria.

En ese sentido, el Consejo Directivo de Canaco CDMX, señaló que: “El Mundial puede marcar un antes y un después para la economía de la Ciudad de México. No estamos hablando solo de fútbol; estamos hablando de inversión, turismo, consumo, empleo y de una oportunidad histórica para demostrar que la capital está lista para competir y crecer ante los ojos del mundo”.



De acuerdo con las estimaciones del organismo empresarial, el gasto promedio por turista será de 22 mil 500 pesos, lo que anticipa una temporada de alta actividad económica para los sectores vinculados al turismo y al consumo. Cabe destacar que los giros con mayor derrama económica estimada serán:

- Hospedaje: diez mil 512 millones de pesos.
- Entretenimiento: cuatro mil 493 millones de pesos.
- Comercio al por menor: tres mil 915 millones de pesos.
- Alimentos y bebidas: tres mil 758 millones de pesos.
- Transporte: tres mil 600 millones de pesos, entre otros.

No son únicamente cifras, sino indicadores de cómo el Mundial se ha convertido en un motor de actividad transversal que afecta a sectores tan diversos como el turismo, la logística, los servicios profesionales, la industria audiovisual o la economía digital.

[Recibe las noticias más importantes a través de nuestro canal de WhatsApp, disponible en este enlace](#)

#### Comercio capitalino ante reto y oportunidad del Mundial

La derrama será histórica, asegura CANACO CDMX, pero: “El verdadero reto es que ese beneficio llegue a toda la ciudad: al hotel, al restaurante, al comercio de barrio, al mercado, al transportista y a la empresa familiar que todos los días sostienen la economía local”, por lo que el comercio capitalino debe estar preparado y a la altura de los requerimientos internacionales y nacionales. El éxito económico de este evento no será automático, sino que dependerá directamente del nivel de preparación del sector empresarial.

Así pues, la competencia futbolística está en puerta y las micro, pequeñas y medianas empresas tienen una oportunidad histórica que deben aprovechar con visión y estrategia, al tiempo que se fortalece el consumo de productos y servicios nacionales.

Los empresarios y comerciantes integrantes a la Cámara de Comercio Servicios y Turismo de la Ciudad de México identifican tres grandes áreas de oportunidad:

- Fortalecimiento de empresas familiares.
- La capacitación digital y competitividad.
- El afianzamiento del turismo, la hospitalidad y el consumo local.

“No solo vendrán a ver un partido de fútbol; vendrán a vivir la ciudad. Y ahí está la gran oportunidad para los comercios, nuestros servicios y nuestros productos. Queremos que el mundo vea que en la Ciudad de México hay calidad, talento y capacidad para competir.”

El Mundial no puede ser solo una celebración de unos días, debe ser una plataforma para fortalecer al comercio de la Ciudad de México, generar empleo y construir un legado económico duradero.



## **DATOS DUROS**

- De acuerdo con datos presentados por la Cámara de Comercio Servicios y Turismo (Canaco CDMX), el próximo gran evento internacional de fútbol puede convertirse en un punto de inflexión para la economía de la capital, al estimarse una derrama económica de 26 mil 280 millones de pesos, la llegada de un millón 168 mil turistas y la posible generación de entre 70 mil y 90 mil empleos.
- El Mundial 2026 -que organizarán conjuntamente Estados Unidos, México y Canadá– no solo hará historia por ser el primero con 48 selecciones y el más largo hasta la fecha (39 días de competición), sino por consolidar definitivamente la transformación del fútbol en una industria económica de escala planetaria.
- De acuerdo con las estimaciones del organismo empresarial, el gasto promedio por turista será de 22 mil 500 pesos.
- Hospedaje: diez mil 512 millones de pesos.
- Entretenimiento: cuatro mil 493 millones de pesos.
- Comercio al por menor: tres mil 915 millones de pesos.
- Alimentos y bebidas: tres mil 758 millones de pesos.
- Transporte: tres mil 600 millones de pesos, entre otros.

## **FUENTE**

<https://oem.com.mx/la-prensa/analisis/opinion-por-vicente-gutierrez-camposeco-lo-hecho-en-mexico-siempre-gana-29479396>

## **Cuidado en el Mundial 2026: 20% del agua será pirata.**

Publicado: el 14 abril 2026.

Por: Mario Mendoza Rojas

Las botellas de 600 mililitros y un litro serán las más falsificadas, donde los rellenadores obtendrán mayores ganancias en el Mundial.

El agua que compres durante la temporada del Mundial 2026 puede no ser lo que crees. Hasta 20% del producto puede ser pirata: botellas rellenas, reutilizadas y revendidas como si fueran originales. El riesgo está en lo más básico, en lo que tomas.

Las más vulnerables a ser adulteradas son las presentaciones de 600 mililitros y un litro. Ahí está el negocio para los rellenadores, por su alta rotación, fácil distribución y mayor margen de ganancia en puntos de venta saturados. Justo donde más gente habrá, también será donde más se mueva este mercado irregular, alertó la Anpec.

El problema se agrava por la “ultrademanda” de agua para beber que detonará la Copa del Mundo. El consumo subirá hasta 45%, lo que anticipa escasez y precios más altos. Menos producto disponible, más gente comprando y más espacio para que el agua pirata se meta sin filtro.

¿Y las ganancias? Éstas son muy, pero muy prometedoras, debido a que los rellenadores obtienen hasta 400% de utilidad sobre la inversión o costo real de cada botella de agua adulterada, que todavía se puede multiplicar a través eventual aumento de precios que generan los eventos de alto impacto como la justa mundialista de fútbol.

*“El 45% de las botellas de agua más vendidas en México son 600 mililitros, las de un litro representa otro 20%. Por su tamaño y facilidad para beberla, estas serán las presentaciones que más se pueden falsificar en la temporada del Mundial 2026”.*

— Anpec

### **Agua falsa en el Mundial 2026**

El presidente de la Anpec, Cuauhtémoc Rivera, informó a Publimetro que en México —“de menos”— 20% botellas de agua son pirata, rellenas o adulteradas que, no solo se vende en la informalidad, sino que se llega a colar en tiendas y establecimientos formales sin que casi nadie se cuenta.

“Te podría decir que dos de cada 10 de botellas pueden ser pirata. Y ahora, con el Mundial 2026, este problema tiene una relevancia mayor, porque tenemos una expectativa turística de cinco millones de personas que llegarán al país”, que van desatar una ultrademanda de agua para beber, sobre todo en las ciudades sede: México, Guadalajara y Monterrey.



El dirigente precisó en una temporada habitual de calor, la demanda y venta de botellas de agua sube hasta 30%, pero con la llegada de turistas esperada durante la Copa del Mundo de futbol, puede subir otro 10% o 15%. En corto: hasta 45% subiría el consumo de botellas de agua.

“Se espera un verano con un clima muy caliente para el Mundial 2026 y, cuando hay mucho calor, la venta de bebidas fácilmente sube 25% o 30% en promedio; a eso se suma el consumo alrededor de los partidos, no solo en las sedes mundialistas, sino en todo el país. Otra bebida que también presenta esta circunstancia es la cerveza, obviamente”, dijo.

*“La gente que se dedica a adulterar agua compra las botellas de plástico sin etiqueta, pelonas, desnudas y luego ellos le ponen una y las rellenan con agua de mala calidad, que puede tener químicos o bacterias. Es un acto criminal vender agua adulterada”.*

— Cuauhtémoc Rivera, presidente de la Anpec

#### Agua falsa, ganancias reales en el Mundial

Cuauhtémoc Rivera explicó que, en medio del contexto descrito, los embotelladores pirata “se frotan las manos” y esperan “hacer su agosto” durante los partidos del mundial; ya que su ganancias pueden dispararse hasta más de 400%, sobre el costo real de rellenar las botellas con agua de dudosa procedencia.

Precisó que los rellenadores invierten un promedio de cuatro pesos en comprar las botellas de PET, etiquetas falsificadas y el proceso tomar agua de la llave o sin filtrar; pero al venderlas le sacan entre 16 a 20 pesos a cada botella, hasta más de cuatro veces de su inversión.

“Si venden una botella de 600 mililitros en 16 pesos, tienen un margen de ganancia de 10 a 12 pesos por botella; ese es el mercado y esas son las cosas que hay combatir en el consumo de última milla, digamos con los ambulantes o en la informalidad que te vende agua bien fría en las avenidas”, dijo el líder de la Anpec.

Aunque seguramente, estos comerciantes estarán en los alrededores de los estadios y en la plazas públicas donde se instalen pantallas o se realicen actos públicos para apoyar a la Selección Mexicana o, bien. durante los partidos de los equipos mas famosos.

#### Anpec y Cofepris unen fuerzas

Cuauhtémoc Rivera destacó que, para evitar los riesgos del agua embotellada y prevenir daños a la salud, la Anpec y Cofepris acordaron promover el consumo de agua embotellada que cumpla con los requisitos sanitarios y de calidad establecidos por las normas oficiales.



Para tal efecto, ambas organizaciones impulsan curso de capacitación a favor de prácticas de higiene, para prevenir la comercialización de agua embotellada “pirata”. Además la adopción de las medidas de higiene correctas en la venta de fruta picada expuesta al calor y los alimentos preparados, que se pueden convertir en focos de enfermedad. El curso es online y puede acceder a través del sitio [www.anpec.com.mx](http://www.anpec.com.mx)

¿Cómo identificar una botella de agua pirata?

- Primero. El sello de seguridad de las botellas de agua está violado, roto o flojo. Es una tirita de plástico que no tienen las botellas rellenas.
- Segundo. No se escucha ningún sonido al abrir y romper el sello de seguridad, que corresponde al vacío o presurización de aire del llenado.
- Tercero. La etiqueta está borrosa, mal pegada y no tiene ni el número de lote, ni la fecha de caducidad.
- Cuarto. Al mirar la botella a contraluz se ven residuos o al destaparla se escapa olores extraños a cloro. El agua purificada es inolora e incolora.
- Quinto. Las botellas están maltratadas, el plástico es opaco o muestran rastros de que la etiqueta original fue removida.

#### **FUENTE**

<https://www.publimetro.com.mx/noticias/2026/04/15/cuidado-en-el-mundial-2026-20-por-ciento-del-agua-sera-pirata/>

## **El turismo comunitario, una alternativa para el desarrollo local y la preservación cultural.**

Publicado: el 14 abril 2026.

Por: Miguel Rosales Tenorio

Durante décadas, el turismo en México se desarrolló bajo un modelo masivo enfocado en grandes destinos y ciudades, lo que concentró beneficios en empresas privadas y operadores turísticos. Por ello, en años recientes el turismo comunitario surge como una modalidad que busca transformar esta dinámica al involucrar directamente a los pobladores en la organización de actividades.

En este sentido, Carlos Antonio Rosas Candelas, profesor investigador del Área de Turismo del Instituto de Ciencias Económico Administrativas (ICEA) de la Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo (UAEH), explica que esta modalidad se distingue porque los proyectos son diseñados, organizados y administrados por las propias comunidades, quienes asignan responsabilidades y distribuyen los ingresos generados.

### **Experiencias gestionadas por las comunidades**

De acuerdo con el docente Garza este modelo se centra en experiencias relacionadas con la cultura, las tradiciones y el entorno natural de cada comunidad. A diferencia de los complejos turísticos, el principal atractivo radica en la convivencia y el aprendizaje cultural en conjunto con visitantes y anfitriones.

Entre las actividades más comunes se encuentran talleres artesanales, muestras de danza tradicional, degustaciones gastronómicas y recorridos por senderos naturales. También se promueve la convivencia con pueblos indígenas, generando un intercambio cultural enriquecedor para ambas partes.

### **Potencial para el desarrollo local**

En diversas zonas rurales, la falta de oportunidades laborales ha provocado que muchas personas migren hacia otras regiones o al extranjero. Este fenómeno no solo implica la búsqueda de empleo, sino también la separación de familias y la disminución de población en algunas localidades. Ante ello, algunos asentamientos han buscado alternativas que les permitan crear actividades en su propio territorio.

Un ejemplo se encuentra en Ixmiquilpan, en el parque EcoAlberto, donde la comunidad identificó que los visitantes buscaban experiencias más allá del entretenimiento, mostrando interés por la herencia local y la convivencia con los habitantes.

Es así como en 2004 desarrollaron una caminata nocturna que recrea las dificultades que enfrentan las personas al migrar hacia Estados Unidos. Durante el recorrido se representan situaciones de cansancio y riesgo con fines de sensibilización social.



Con el tiempo, esta iniciativa se consolidó como un producto reconocido a nivel nacional. Los recorridos se realizan de manera periódica y suelen requerir reservación previa debido al interés que han generado entre distintos visitantes.

Además de atraer visitantes, el proyecto genera oportunidades laborales para los habitantes, permitiendo que algunas personas encuentren empleo en su comunidad y reduzcan la migración hacia otras regiones. Gracias a ello, algunos jóvenes han decidido permanecer en sus localidades, fortaleciendo el tejido social y la continuidad de sus tradiciones.

### Beneficios para las comunidades

Una de las principales ventajas es que los beneficios económicos permanecen en el sitio. Al gestionar directamente los servicios, los ingresos pueden distribuirse entre quienes participan, lo que favorece una mayor equidad económica dentro de las localidades involucradas.

Además del impacto económico, este tipo de proyectos también favorece la participación de distintos sectores de la comunidad. En varios casos, las mujeres encuentran oportunidades para integrarse a las actividades a través de la preparación de alimentos, talleres tradicionales y atención a visitantes.

De hecho, esta participación permite que ellas se conviertan en las líderes de los proyectos. Al ser las principales guardianas de la cultura y las tradiciones, ahora ocupan el rol de tomadoras de decisiones, transformando su posición social y económica dentro de sus localidades.

### Reconocimiento y desafíos

Rosas Candelas expone que el turismo comunitario ha comenzado a recibir relevancia nacional, ya que el 23 de marzo de 2026 fue publicado en el Diario Oficial de la Federación (DOF) por parte de la presidente Claudia Sheinbaum un decreto que lo reconoce como actividad de interés público. Esto abre la puerta a programas de capacitación y acompañamiento para fortalecer los esfuerzos colectivos.

A partir de esto, las instituciones ahora deben brindar capacitación y talleres especializados. El objetivo es que las y los integrantes de las comunidades, que a veces tienen una escolaridad limitada, reciban herramientas en temas de administración, financiamiento, diseño de marca y derechos de autor, entre otros, permitiéndoles generar una ganancia que sea verdaderamente efectiva para ellos.

Sin embargo, Rosas Candelas señala que uno de los desafíos que enfrenta esta modalidad es el comportamiento de algunos turistas, quienes en ocasiones no comprenden el valor cultural de las comunidades que visitan. Esto puede provocar actitudes que reducen las tradiciones a simples espectáculos o elementos exóticos.



Por ello, mencionó que es importante promover experiencias que permitan a los visitantes comprender el significado de las costumbres locales, con el objetivo de concientizar y fomentar el respeto hacia su identidad.

### Comprender otras culturas

Cuando las personas visitan entornos con tradiciones distintas, tienen la oportunidad de conocer sus formas de organización, sus creencias y la relación que mantienen con su entorno. Este contacto directo permite entender el significado que tienen ciertos elementos culturales para cada grupo social.

Por ejemplo, en muchos pueblos originarios, productos como el maíz no solo representan un alimento cotidiano, sino un elemento central de su identidad cultural y espiritual. Este tipo de experiencias permiten a los visitantes dimensionar la profundidad de esas cosmovisiones.

De acuerdo con el experto Garza, cuando las actividades se desarrollan con ética y empatía contribuyen a fortalecer el diálogo cultural. Además, permiten reconocer que las comunidades indígenas poseen conocimientos y saberes importantes transmitidos durante generaciones.

### Una forma distinta de viajar

Finalmente, el docente Gaza menciona que cuando el Turismo Comunitario se desarrolla con respeto y sensibilidad, este modelo no solo impulsa la economía, sino que también fomenta una relación más equilibrada entre quienes viajan y quienes comparten su cultura. De esta manera, también se promueve una forma de viajar más consciente, basada en la valoración del otro.

### **FUENTE**

<https://www.cronica.com.mx/academia/2026/04/14/el-turismo-comunitario-una-alternativa-para-el-desarrollo-local-y-la-preservacion-cultural/>



## **Confirma Brugada 'Fan Fest' en Miguel Hidalgo pese a negativa de alcalde.**

Publicado: el 14 abril 2026.

Por: Rodrigo Cerezo

Tras la negativa del alcalde Mauricio Tabe de realizar el *"Fan Fest"* en Miguel Hidalgo, la Jefa de Gobierno, Clara Brugada, confirmó el espacio para aficionados en la demarcación durante la Copa Mundial de Fútbol 2026.

*"El Fan Fest que está contemplado en la Miguel Hidalgo lo vamos a llevar a cabo, va a ser en un área que controla la Ciudad de México y vamos a garantizar que funcione bien"*, anunció en conferencia.

Ante el argumento de falta de presupuesto, mencionado por el alcalde, la mandataria capitalina afirmó que este programa de festivales futboleros no exige mayor atención o responsabilidad por parte de los alcaldes.

*"Ha habido incremento en los presupuestos de las alcaldías, son más de 400 millones de pesos de incremento para Miguel Hidalgo entre 2025 y 2026... así que recursos hay para atender"*, sentenció.

Al argumentar falta de recursos para seguridad, el alcalde de Miguel Hidalgo, Mauricio Tabe, informó que la demarcación no autorizará *"Fan Fest"* en el Mundial 2026.

En conferencia, el titular de la demarcación aseguró que no se tienen las condiciones en la demarcación para garantizar la seguridad, los elementos de protección Civil y evitar el impacto para vecinos.

### **FUENTE**

<https://24-horas.mx/cdmx/confirma-brugada-fan-fest-en-miguel-hidalgo-pese-a-negativa-de-alcalde/>



## **Brugada: el Metro es la prioridad y concentra casi 50 mil mdp entre 2025 y 2026.**

Publicado: el 14 abril 2026.

Por: Gerardo Mayoral

La jefa de Gobierno de la Ciudad de México, Clara Brugada, afirmó que el Sistema de Transporte Colectivo Metro es la principal prioridad de su administración y que esa prioridad se refleja en el presupuesto asignado al sistema entre 2025 y 2026, que asciende a casi 50 mil millones de pesos.

La mandataria respondió así a los cuestionamientos derivados de las movilizaciones recientes de trabajadores y a las dudas sobre el destino de recursos extraordinarios, particularmente los mil 500 millones de pesos de aportación federal relacionados con obras rumbo al Mundial de 2026.

Clara Brugada sostuvo que el Metro “constituye el bien público de movilidad más importante para la ciudad” y que, por ello, las decisiones presupuestales y de obra se han orientado a su fortalecimiento integral. Preciso que esos mil 500 millones fueron dirigidos a la Línea 2 y que dos terceras partes de ese monto están destinadas específicamente a mantenimiento.

En ese contexto, recordó que recientemente concluyeron los trabajos en la Línea 1 y que este año se avanzará en la renovación de la Línea 3, proceso que incluye compra de trenes nuevos, sin descuidar el mantenimiento anual que requiere toda la red. Señaló que, a la par de las obras mayores, existe una intervención constante para conservar en operación adecuada las instalaciones, trenes, vías y equipos.

El secretario de Movilidad, Héctor Ulises García Nieto, detalló que desde el inicio de la administración se instruyó la elaboración de un plan integral para el Metro con dos ejes: renovación de líneas y fortalecimiento del mantenimiento.

Indicó que para 2025 se autorizaron 25 mil millones de pesos y que en 2026 se cuenta con una aportación adicional federal de mil 500 millones, para un total de 26 mil 500 millones destinados a operación e inversión pública en el sistema.

Explicó que, dentro de ese esquema, se contemplan 5 mil millones de pesos para la Línea 3, además de la inversión para la Línea 2 y para el conjunto del sistema, que suman mil 500 millones, lo que da un total de 6 mil 500 millones enfocados en esas intervenciones. A ello se agregan más de 3 mil 200 millones de pesos para mantenimiento menor de la red durante el ejercicio en curso.

El funcionario precisó que, si se suman esos recursos a los presupuestos de inversión de las líneas 1 y 12, por 2 mil 689 millones de pesos, se alcanza una cifra superior a 5 mil 800 millones destinados al mantenimiento del Metro y al desarrollo de infraestructura. Subrayó que el mantenimiento “es permanente” y que los recursos están disponibles para ejecutarse en tiempo y forma.



Como ejemplos, mencionó que este año se destinan más de 290 millones de pesos para mantenimiento de vías; más de 300 millones para escaleras eléctricas; 500 millones para refacciones de trenes y vías; y 180 millones para adquisición de llantas.

También destacó la modernización de estaciones, con prioridad en la Línea 2, así como una inversión superior a 12 millones de pesos en la Línea B y 375 millones en el programa de renovación de 84 trenes.

En cuanto a la relación con el sindicato, Ulises García Nieto señaló que por instrucción de la jefa de Gobierno, desde el año pasado se estableció una mesa permanente de trabajo entre la Secretaría de Movilidad, la Secretaría de Finanzas, la dirección del Metro y la representación sindical, en el marco de las revisiones salariales y contractuales anuales.

Indicó que existe una “visión común” con los trabajadores para mejorar el mantenimiento y resolver problemas técnicos a partir de su experiencia en la operación cotidiana.

Afirmó que el episodio reciente no constituyó un paro laboral formal, sino una situación relacionada con la integración de algunos trabajadores y la extensión de horarios, y que actualmente se avanza en acuerdos sobre el destino de los recursos presupuestales.

Al respecto, Clara Brugada enfatizó que, para su gobierno, lo más importante es el servicio a los usuarios y que el Metro debe estar por encima de cualquier interés. Reiteró que, a pesar del incremento en la inversión, no se contempla aumentar la tarifa, que se mantiene subsidiada, y que el esfuerzo financiero busca consolidar al sistema como el eje central de la movilidad en la capital.

La mandataria hizo un llamado a la corresponsabilidad de usuarios, trabajadores y autoridades para cuidar el sistema y fortalecerlo. Señaló que el mantenimiento y la modernización requieren no sólo recursos, sino también coordinación y compromiso de quienes intervienen en su operación diaria.

Sobre la inquietud de trabajadores respecto a que los recursos federales se destinen a mantenimiento y no sólo a intervenciones estéticas, el gobierno capitalino sostuvo que la mayor parte de esos fondos está orientada precisamente a conservación y operación, en particular en la Línea 2.

#### **FUENTE**

<https://www.cronica.com.mx/metropoli/2026/04/14/brugada-el-metro-es-la-prioridad-y-concentra-casi-50-mil-mdp-entre-2025-y-2026/>

## **CDMX participará en el Tianguis Turístico 2026 con relanzamiento del “Parkour» en Fortnite.**

Publicado: el 13 abril 2026.

Con el objetivo de fortalecer la promoción y comercialización de la oferta turística de la capital del país para reafirmar su liderazgo como destino de clase mundial, la Secretaría de Turismo de la Ciudad de México, encabezará una delegación integrada por 70 empresas y asociaciones del sector, que participarán en la 50ª edición del Tianguis Turístico México 2026, a celebrarse en Acapulco, Guerrero del 27 al 30 de abril de 2026.

“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 y además de la mejor sede para el Mundial 2026”, afirmó la secretaria de Turismo de la CDMX, Alejandra Frausto Guerrero.

«El Tianguis Turístico México 2026 será el escenario para la firma de diversos convenios de colaboración en materia turística y del anuncio de iniciativas como el nuevo producto turístico de los embarcaderos de Xochimilco que se está posicionando para premio alcance nacional e internacional, que reforzarán la visibilidad y competitividad de la Ciudad de México. También estarán los espacios de Frida, muro artesanal, además de una guía gastronómica», agregó.

La representación de la capital del país tendrá un stand inspirado en la identidad de la Ciudad de México y en la campaña “*La Pelota Vuelve a Casa*”, el Pabellón de la Ciudad de México incorpora elementos artesanales que reflejan la riqueza cultura de la capital del país, además contará con un escaparate de innovación, tradición y experiencias inmersivas, informó la Sector local.

También incluirá una zona de realidad virtual, que permitirá a los asistentes explorar de manera inmersiva los principales atractivos de la ciudad, los recintos culturales y de espectáculos, la riqueza gastronómica y los espacios naturales, al tiempo de ofrecer recorridos virtuales emblemáticos como las líneas 2 y 3 del Cablebús de Iztapalapa y Chapultepec, añadió.

Una de las novedades será el lanzamiento nacional del “Parkour de la Ciudad de México” en Fortnite, que busca posicionar a la capital como el primer destino en desarrollar una adaptación de este tipo con fines de promoción turística dentro de una de las plataformas de videojuegos más relevantes del mundo, con más de 600 millones de usuarios, en donde los asistentes podrán interactuar con esta experiencia virtual directamente en el pabellón.

Jennie Shrem Serur, directora General del Instituto de Promoción Turística de la Sector Ciudad de México, dijo que durante esta edición del Tianguis Turístico, la capital proyectará sus atractivos ante más de mil 700 compradores nacionales e internacionales y tres mil 950 expositores de más de 45 países. Y pondrá en marcha una estrategia integral, que articula promoción, innovación tecnológica,



fortalecimiento del turismo comunitario, proyección internacional y el impulso a acuerdos estratégicos,

Por primera ocasión, cinco prestadores de servicios de turismo comunitario tendrán una participación destacada para promover y comercializar sus experiencias. Además, productores y artesanos de las alcaldías de zona de reserva ecológica: Tláhuac, Milpa Alta y Xochimilco contarán con un espacio dedicado para exhibir y vender sus productos.

### **DATOS DUROS**

- Una de las novedades será el lanzamiento nacional del “Parkour de la Ciudad de México” en Fortnite, que busca posicionar a la capital como el primer destino en desarrollar una adaptación de este tipo con fines de promoción turística dentro de una de las plataformas de videojuegos más relevantes del mundo, con más de 600 millones de usuarios, en donde los asistentes podrán interactuar con esta experiencia virtual directamente en el pabellón.
- La capital proyectará sus atractivos ante más de mil 700 compradores nacionales e internacionales y tres mil 950 expositores de más de 45 países.

### **FUENTE**

<https://inversion-turistica.com/2026/04/13/cdmx-participara-en-el-tianguis-turistico-2026-con-relanzamiento-del-parkour-en-fortnite/>

## ¿Cuándo y dónde ver el trofeo oficial del Mundial 2026 en CDMX?

Publicado: el 13 abril 2026.

Por: Néstor Ramírez

El trofeo del Mundial de la FIFA 2026 está de gira por México y por supuesto que llegará a la CDMX, por lo que te compartimos cuándo y dónde podrás verlo de primera mano. Se trata de una oportunidad para que conozcas el máximo galardón del fútbol y que han alzado leyendas como Pelé y Messi.

La competencia atrae las miradas de todo el mundo. La CDMX, Miami y Toronto son algunas de las ciudades que atraen los grandes reflectores por los enfrentamientos que se llevarán a cabo en sus respectivas tierras. En el caso de la capital de la República Mexicana, autoridades confían en que se generará una importante derrama económica.

De acuerdo con la Canaco CDMX, la derrama económica en el corazón del país será de unos 26 mil 280 millones de pesos. Esto sería posible gracias a la llegada de un millón 168 mil turistas, así como la posible generación de entre 70 y 90 mil empleos.

### ¿Cuándo y dónde ver el trofeo del Mundial 2026 en CDMX?

Será el próximo 11 de junio de 2026 cuando se dé el primer silbatazo de la máxima competencia del fútbol y precisamente el primer duelo se llevará a cabo en México. El escenario será el Estadio Banorte, mejor conocido como el Estadio Azteca, y contará con un duelo entre Sudáfrica y el Tricolor.

La fiebre mundialista ya está aquí y para arrancar con todo ánimo el primer partido, en los días previos el público verá de cerca el trofeo del Mundial de la FIFA 2026 en CDMX. Coca-Cola, uno de los patrocinadores oficiales de la competencia deportiva, compartió los detalles del *Trophy Tour*. Informó que estará en la capital del país los días:

- Viernes 5 de junio de 2026
- Sábado 6 de junio de 2026
- Domingo 7 de junio de 2026
- Lunes 8 de junio de 2026

### ¿Qué es el Trophy Tour?

Se trata de una gira internacional previa a la Copa del Mundo. Gracias a este recorrido es que el trofeo original visitará distintas ciudades del mundo. Se trata de una estrategia de promoción organizada por la FIFA y patrocinadores como Coca-Cola, que permite a los seguidores vivir una experiencia directa con uno de los símbolos más icónicos del fútbol.



Durante el recorrido, los asistentes pueden observar el trofeo, participar en actividades interactivas y formar parte del ambiente previo al Mundial, fortaleciendo la conexión emocional con el torneo.

Para la edición de 2026, la gira contempla decenas de paradas a nivel global y al menos 38 ciudades en Norteamérica, en países anfitriones como México, Estados Unidos y Canadá. En territorio mexicano, el trofeo del Mundial 2026 visitará ciudades clave en su gira:

- Guadalajara
- Monterrey
- CDMX
- Puebla
- Mérida
- Querétaro
- León
- Veracruz
- Chihuahua

### **DATOS DUROS**

- De acuerdo con la Canaco CDMX, la derrama económica en el corazón del país será de unos 26 mil 280 millones de pesos. Esto sería posible gracias a la llegada de un millón 168 mil turistas, así como la posible generación de entre 70 y 90 mil empleos.

### **FUENTE**

<https://mundoexecutivocdmx.com/turismo/cuando-y-donde-ver-el-trofeo-oficial-del-mundial-2026-en-cdmx/>

## **Ley General de Economía Circular marca un punto de inflexión para el turismo mexicano.**

Publicado: el 13 abril 2026.

Por: Lino Calderón

Con la entrada en vigor de la Ley General de Economía Circular (LGEC) se redefine el papel del sector turístico dentro de la cadena de valor de los recursos utilizados en la prestación de los servicios. «Las empresas turísticas ya no son simples consumidoras finales de insumos; ahora son corresponsables del ciclo de vida de los productos y materiales que utilizan», consideró la Consultora Gemes.

Señaló que en este contexto se presentan medidas de aplicación general y específicas por subsector. El primer paso obligado es conocer la situación actual de la empresa respecto al uso de recursos. «Esto implica levantar un inventario de materiales, cuantificar las huellas de carbono e hídrica, mapear los flujos de residuos generados y evaluar la eficiencia energética de sus operaciones. Este diagnóstico sirve de línea base para establecer metas de circularidad y, en el mediano plazo, para acreditar el cumplimiento ante las autoridades competentes», explicó.

Además dijo, la LGEC exige una lógica de prevención en el origen, no solo de gestión de residuos al final del proceso. Las empresas deben revisar sus protocolos de compra, almacenamiento y servicio para eliminar el desperdicio desde su raíz. Ejemplos concretos incluyen la sustitución de artículos de un solo uso, la adopción de sistemas de recarga o refill, y la optimización de porciones y consumos en servicios de alimentos y bebidas, entre otras.

Aunque la REP fue diseñada originalmente para la industria, la LGEC prevé que los sectores de servicios, incluido el turístico, se alineen gradualmente a los acuerdos de REP de los productos que consumen masivamente: plásticos, envases, textiles, materiales de higiene y limpieza, equipos electrónicos, mobiliario y alimentos. Las empresas deberán demostrar mecanismos directos o indirectos de circularidad para cumplir con estas disposiciones, explicó en su reciente estudio.

Refirió que la Ley impulsa el encadenamiento sustentable. «Esto obliga a las empresas turísticas a revisar sus políticas de compras y contratos de suministro, priorizando proveedores que ofrezcan productos reutilizables, reparables o reciclables, materias primas secundarias y esquemas de logística inversa, así como eficientes los procesos de empaque y su reciclaje. La integración a cadenas de valorización de residuos locales también fortalecerá el impacto económico en las comunidades anfitrionas».

«Las empresas deben invertir en formación de su personal en los principios de la economía circular, iniciando con los más altos niveles de dirección, quienes deben liderar y conducir el esfuerzo, hasta los niveles operativos. El objetivo es



crear una cultura de gestión circular que trascienda el cumplimiento normativo y se convierta en un diferenciador competitivo», puntualizó.

La entrada en vigor de la Ley General de Economía Circular (LGEC) redefine el papel del sector turístico dentro de la cadena de valor de los recursos utilizados en la prestación de los servicios. Las empresas turísticas ya no son simples consumidoras finales de insumos; ahora son corresponsables del ciclo de vida de los productos y materiales que utilizan.

Respecto al tema de la sostenibilidad remarcó que los viajeros, especialmente los provenientes de Europa y América del Norte (nuestros principales mercados), son cada vez más conscientes del impacto ambiental de sus desplazamientos. Los destinos que adopten prácticas circulares de forma sistemática y verificable estarán mejor posicionados para atraer a estos segmentos de mayor valor, acceder a programas de promoción internacional (como los de la OMT y la Unión Europea) y diferenciarse frente a competidores que no lleven a cabo la transición.

La circularidad a nivel destino implica superar la gestión atomizada de cada empresa para generar economías de escala en la gestión de residuos, el aprovisionamiento de energías renovables, el tratamiento y reciclaje de agua, y la integración de cadenas de valor circulares locales. Destinos como Los Cabos, Cancún, Puerto Vallarta o Mérida, entre otros, tienen la escala necesaria, por ejemplo, para implementar infraestructuras compartidas de circularidad (plantas de compostaje, centros de acopio y valorización, sistemas de reciclaje, redes de energía limpia) que ninguna empresa podría costear de forma individual.

Gemes indicó que la Ley General de Economía Circular marca un punto de inflexión para el turismo mexicano. Las empresas turísticas que comprendan y adopten tempranamente sus principios estarán mejor posicionadas para competir en un mercado global que premia la sostenibilidad, acceder a financiamiento e incentivos, y preservar los activos naturales y culturales que son la base de su oferta.

«Requiere de un Estado activo y coordinado: Secretarías de Turismo estatales que lideren la transformación sectorial, municipios que construyan la infraestructura y regulación necesarias, y un marco normativo secundario que dé certeza y apoyo a quienes emprendan la transición, así como la definición de incentivos fiscales para avanzar en la implementación de la economía circular».

«Pero los beneficios—económicos, reputacionales, sociales y ambientales—son suficientemente significativos para justificar la inversión de tiempo, recursos y voluntad política que la transición circular demanda. El turismo mexicano tiene la oportunidad de transformar un reto normativo en una ventaja competitiva de largo plazo. Sólo el tiempo dirá si lo logramos», concluyó.

#### **FUENTE**

<https://inversion-turistica.com/2026/04/13/ley-general-de-economia-circular-marca-un-punto-de-inflexion-para-el-turismo-mexicano/>

## **OMA y Aeroméxico inauguran ruta directa Monterrey–París.**

Publicado: el 13 abril 2026.

Grupo Aeroportuario del Centro Norte (OMA), en alianza con Aeroméxico y en coordinación con el gobierno de Nuevo León, anunció el inicio de operaciones de la ruta directa Monterrey–París (CDG), lo cual incorpora por primera vez este destino europeo a la red del aeropuerto.

“La nueva ruta directa Monterrey–París refuerza el papel del Aeropuerto Internacional de Monterrey como el principal HUB aéreo del norte de México. Esta conexión con Europa no solo amplía las opciones de conectividad internacional, sino que posiciona a Nuevo León como una puerta de entrada estratégica para el turismo, los negocios y la inversión entre ambos continentes”, expresó Ricardo Dueñas, director General de OMA Aeropuertos.

De este modo, París se integra como un nodo adicional dentro de la red operada desde Monterrey, lo que permite articular nuevos flujos de pasajeros y generar mayor profundidad en la conectividad disponible. Este tipo de rutas contribuye al crecimiento sostenido del tráfico internacional y a la expansión del número de destinos directos servidos desde el norte del país.

“En Aeroméxico estamos muy orgullosos de presentar esta ruta de temporada entre Monterrey, Nuevo León y París, una conexión que acerca a dos ciudades clave y refuerza de manera importante la conectividad entre el norte de México y Europa. Para la aerolínea, esta nueva operación representa un paso estratégico en nuestra expansión internacional y en el compromiso por ofrecer más opciones, impulsando el intercambio turístico, cultural y de negocios, así como responder a la creciente demanda de los viajeros, ofreciendo un servicio cálido y puntual a bordo de la flota más moderna de México”, señaló Emmanuel Oswald, gerente Regional de Ventas en Francia de Aeroméxico.

Monterrey contará con tres frecuencias semanales hacia París mediante un servicio directo:

- Salidas desde Monterrey los lunes, jueves y sábado a las 15:15 h, con llegada a París a las 09:45 h del día siguiente.
- Vuelos de regreso desde París los martes, viernes y domingo a las 12:00 h, con llegada a Monterrey a las 15:30 h.

“Nuevo León abre una conexión directa con Europa, con una de las capitales más importantes del mundo. Esta ruta fortalece nuestra vinculación internacional y amplía las oportunidades de turismo, negocios e intercambio para el estado”, señaló Maricarmen Martínez Villarreal, Secretaria de Turismo de Nuevo León.

El Aeropuerto Internacional de Monterrey registra un flujo superior a 15 millones de pasajeros anuales y más de 130 mil operaciones al año, con más de 65 rutas directas (incluyendo más de 26 destinos internacionales), lo que respalda su



CAMARA DE COMERCIO  
SERVICIOS Y TURISMO  
CIUDAD DE MEXICO

capacidad para incorporar nuevas operaciones y ampliar su red de conectividad, de acuerdo con OMA.

**FUENTE**

<https://inversion-turistica.com/2026/04/13/oma-y-aeromexico-inauguran-ruta-directa-monterrey-paris/>



## **Magnicharters suspende vuelos; Viva y Volaris atenderán a viajeros.**

Publicado: el 12 abril 2026.

Por: Diana Rof

Luego que este sábado el Grupo Aéreo Monterrey, S.A. de C.V. (Magnicharters) publicó un comunicado en el que informa que, derivado de problemas logísticos, no podrán cumplir con sus vuelos programados durante las próximas dos semanas. Ante ello, la Secretaría de Infraestructura, Comunicaciones y Transportes (SICT) a través de la Agencia Federal de Aviación Civil (AFAC), dio a conocer que las aerolíneas y los grupos aeroportuarios trabajan en conjunto en un plan de atención para los pasajeros en tránsito.

Los viajeros que se encuentren en los aeropuertos de Cancún, Mérida y Huatulco y que tenían vuelo programado con Magnicharters podrán acercarse a los mostradores de las aerolíneas Aeroméxico, Viva Aerobus y Volaris para que se les brinde el apoyo posible.

Magnicharters envió un comunicado a sus agencias de viajes y clientes para informar que «suspende operaciones durante las dos siguientes semanas».

De acuerdo con la aerolínea, la suspensión es debido a problemas logísticos por lo que sus vuelos resultarán cancelados, indicó en el comunicado.

### **FUENTE**

<https://inversion-turistica.com/2026/04/12/magnicharters-suspende-vuelos-viva-y-volaris-atenderan-a-viajeros/>

## **Mundial 2026: CDMX espera 5.5 millones de visitantes y abre oportunidad para nuevos anfitriones.**

Publicado: el 10 abril 2026.

Por: Circe Vargón

Airbnb impulsa a mexicanos a convertirse en anfitriones durante el Mundial 2026, con incentivos económicos y una demanda histórica de hospedaje en ciudades clave del país.

En entrevista para MVS Noticias con Pamela Cerdeira; Erich Cisneros, director regional de operaciones para Airbnb en México, Centroamérica y El Caribe explica que todos pueden ser anfitriones en Airbnb.

La Copa Mundial de 2026 se perfila como uno de los eventos más grandes de la historia, y la Ciudad de México será un epicentro clave con una afluencia estimada de 5.5 millones de personas. Ante este escenario, Airbnb busca incentivar a los mexicanos a participar en la economía colaborativa como "anfitriones ocasionales".

*"Ser anfitrión de Airbnb ofrece la posibilidad de formar parte directa de este momento histórico... es una actividad 100% flexible y accesible para todos", dijo Erich Cisneros, Director Regional de Operaciones para Airbnb.*

### **Incentivos económicos: Hasta \$750 dólares por nuevos registros**

Para satisfacer la alta demanda de alojamiento, Airbnb lanzó su mayor programa de incentivos hasta la fecha. Los nuevos anfitriones en Ciudad de México, Guadalajara y Monterrey que reciban a sus primeros huéspedes antes del 31 de julio podrán obtener un bono de hasta \$750 dólares adicionales a sus ingresos por renta.

### **Modalidades para ser Anfitrión:**

- Espacios Flexibles: Se puede rentar desde una habitación privada hasta un departamento o casa completa.
- Anfitriones Ocasionales: Ideal para personas con empleos fijos que desean aprovechar picos de demanda durante eventos locales o sus propias vacaciones.
- Co-anfitriones: Para quienes no tienen tiempo de administrar su anuncio, existe una red de "Súper Anfitriones" que ayudan con la gestión de mensajes, limpieza y procesos de check-in/out.

### **¿Cómo ser anfitrión Airbnb?**

Para aquellos interesados, Airbnb habilitó una herramienta en su sitio web donde los usuarios pueden:

- Utilizar una calculadora de ingresos estimados según la zona.



- Contactar a un Súper Anfitrión (persona real) para recibir guía paso a paso en la creación del anuncio.

### **DATOS DUROS**

- CDMX espera 5.5 millones de visitantes y abre oportunidad para nuevos anfitriones.
- Los nuevos anfitriones en Ciudad de México, Guadalajara y Monterrey que reciban a sus primeros huéspedes antes del 31 de julio podrán obtener un bono de hasta \$750 dólares adicionales a sus ingresos por renta.

### **FUENTE**

<https://mvsnoticias.com/entrevistas/2026/4/13/mundial-2026-cdmx-espera-55-millones-de-visitantes-abre-oportunidad-para-nuevos-anfitriones-736434.html>



CAMARA DE COMERCIO  
SERVICIOS Y TURISMO  
CIUDAD DE MEXICO