



SECTUR y FMPT presentan la “Guía CDMX. Siete recorridos por la Ciudad de México”.

Publicado: el 14 de mayo 2026.

La publicación reúne siete recorridos por diversos sitios de la capital y más de 190 sitios emblemáticos de la ciudad.

- Será una herramienta para turistas nacionales e internacionales en el marco de la Copa Mundial de la FIFA 2026 y eventos posteriores.

La Secretaría de Turismo de la Ciudad de México, encabezada por Alejandra Frausto Guerrero, llevará a cabo, en el Museo Kaluz, la presentación oficial de la publicación Guía CDMX. Siete recorridos por la Ciudad de México, el próximo sábado 16 de mayo de 2026, como una iniciativa impulsada por el Fondo Mixto de Promoción Turística de la Ciudad de México y su Director General, Carlos Martínez Velázquez.

La guía reúne siete recorridos que atraviesan la capital de norte a sur —desde la Basílica de Guadalupe hasta los embarcaderos de Xochimilco— integrando más de 190 sitios emblemáticos que muestran la riqueza histórica, cultural, arquitectónica y urbana de la Ciudad de México.

Con textos de Andrés Semo García y fotografías de archivo además de algunas imágenes de Pablo Ramos, esta publicación busca convertirse en una herramienta útil para turistas nacionales e internacionales que visitarán la capital rumbo y durante la Copa Mundial de la FIFA 2026, consolidando a la Ciudad de México como una de las grandes capitales culturales y turísticas del mundo.

La guía, publicada en español e inglés, presenta templos, museos, plazas, barrios y paisajes urbanos que permiten entender la diversidad y profundidad histórica de una ciudad donde conviven el pasado prehispánico, el legado virreinal y la vida cotidiana de una ciudad

Por su parte, Carlos Martínez Velázquez señaló que esta publicación representa una invitación para descubrir la Ciudad de México más allá de los estadios y vivir el Mundial en toda la ciudad, a través de su gastronomía, cultura, espacios públicos, barrios tradicionales y experiencias turísticas.

“La Ciudad de México será la única ciudad en la historia en albergar tres Mundiales de la FIFA”: 1970, femenino de 1971, 1986, y ahora en 2026, y “queremos que quienes nos visiten puedan recorrerla, caminarla y descubrirla en toda su dimensión cultural y humana”, destacó.

Asimismo, la Secretaria de Turismo de la Ciudad de México, Alejandra Frausto Guerrero subrayó que esta guía fortalece el posicionamiento internacional de la



capital y permite acercar a visitantes de todo el mundo a la historia viva de la ciudad.

La presentación en el Museo Kaluz reunirá a representantes del sector turístico, cultural, editorial y medios de comunicación, en el marco de las actividades de promoción internacional rumbo a 2026.

DATOS DUROS

- La publicación reúne siete recorridos por diversos sitios de la capital y más de 190 sitios emblemáticos de la ciudad.
- La guía reúne siete recorridos que atraviesan la capital de norte a sur — desde la Basílica de Guadalupe hasta los embarcaderos de Xochimilco— integrando más de 190 sitios emblemáticos que muestran la riqueza histórica, cultural, arquitectónica y urbana de la Ciudad de México.
- “La Ciudad de México será la única ciudad en la historia en albergar tres Mundiales de la FIFA”: 1970, femenino de 1971, 1986, y ahora en 2026, y “queremos que quienes nos visiten puedan recorrerla, caminarla y descubrirla en toda su dimensión cultural y humana”, destacó.

FUENTE

<https://www.turismo.cdmx.gob.mx/comunicacion/nota/sectur-y-fmpt-presentan-la-guia-cdmx-siete-recorridos-por-la-ciudad-de-mexico>

Preparan Récord Guinness en el Pueblo Mágico de Tamaulipas.

Publicado: el 14 mayo 2026.

Por: Gobierno de Tamaulipas

- Están listas y listos para hacer historia y portar la emblemática cuera; será el evento más vistoso y tamaulipeco de todos

Tula, Tamaulipas.- El Pueblo Mágico de Tula se prepara para brillar como nunca, convirtiéndose en el epicentro de una celebración que va más allá de lo local, señaló Benjamín Hernández Rodríguez, secretario de Turismo en Tamaulipas.

"Estamos afinando detalles de la convocatoria masiva, donde hombres y mujeres, niñas y niños y adultos mayores se unirán, luciendo la Cuera Tamaulipecana para intentar batir el Récord Guinness de la mayor cantidad de personas portando este traje típico en un solo lugar".

"Este no será un evento más, será una experiencia que pondrá a Tula en el mapa nacional e internacional", refirió el funcionario estatal.

Indicó que este es un trabajo conjunto con la sociedad y el Pueblo Mágico de Tula, y la organización está siendo meticulosa, cuidando cada detalle para que el resultado supere todas las expectativas.

Hernández Rodríguez destacó la importancia de disfrutar todos los rincones de Tamaulipas, mientras se preserva su rica herencia cultural, se fortalece el sentido de identidad y se mantienen vivas las tradiciones de nuestra comunidad.

"El gobernador Américo Villarreal Anaya es un destacado impulsor y gestor del turismo en Tamaulipas, con visión y liderazgo, ha elevado el sector turístico a todos los niveles, fomentando el trabajo, la unidad y la colaboración entre sectores para posicionar a nuestro estado como un destino de excelencia", señaló.

A través de eventos de alto impacto, se atrae a miles de visitantes y se fortalece la identidad cultural de Tamaulipas, convirtiendo cada experiencia en parte esencial del orgullo tamaulipeco.

"Están listas y listos para participar, para hacer historia y lograr el Récord Guinness más vistoso y tamaulipeco de todos, los esperamos en el Pueblo Mágico de Tula, concluyó Benjamín Hernández Rodríguez, secretario de Turismo en Tamaulipas.

FUENTE

<https://www.eleconomista.com.mx/politica/preparan-record-guinness-pueblo-magico-tamaulipas-20260514-813564.html>



Feria segura y hoteles a máxima capacidad posicionan a Aguascalientes entre los destinos más visitados.

Publicado: el 14 de mayo 2026.

Por: Gobierno de Aguascalientes

La Feria Nacional de San Marcos 2026 dejó resultados extraordinarios para el sector turístico, al registrar una alta demanda de hospedaje y una ocupación hotelera que se mantuvo en niveles sobresalientes durante prácticamente toda la verbená.

De acuerdo con la Secretaría de Turismo del Estado, en los últimos tres fines de semana los hoteles ubicados dentro y en los alrededores del perímetro ferial reportaron ocupaciones superiores al 90 por ciento, y en otros casos, del 100 por ciento de su capacidad.

Entre semana también se observó un comportamiento muy favorable, con niveles de ocupación superiores al 80 por ciento, lo que representa resultados por encima de los registrados en la edición anterior.

A este desempeño se sumó la intensa demanda en plataformas de hospedaje como Airbnb, así como en casas y departamentos particulares que se rentan durante la temporada, reflejo de la gran cantidad de visitantes que llegaron a Aguascalientes para disfrutar de la verbená abríleña.

La amplia afluencia de turistas fue impulsada, entre otros factores, por el ambiente de orden y tranquilidad que prevaleció durante toda la Feria Nacional de San Marcos, la cual concluyó con saldo blanco y consolidó a Aguascalientes como un destino confiable y seguro para visitantes de todo el país y del extranjero.

Estos resultados confirman el éxito de la Feria Nacional de San Marcos 2026 y su importante impacto en la economía local, al generar una significativa derrama en beneficio de hoteles, restaurantes, comercios y prestadores de servicios.

Con ello, Aguascalientes consolida su posición como uno de los destinos turísticos más atractivos y visitados del país, mientras que la Feria Nacional de San Marcos se reafirma como la celebración más importante de América Latina.

FUENTE

<https://www.eleconomista.com.mx/politica/feria-segura-hoteles-maxima-capacidad-posicionan-aguascalientes-destinos-visitados-20260514-813549.html>

Los viajes y el turismo mundial crecerán 3.2% en 2026: WTTC.

Publicado: el 14 de mayo 2026.

El Consejo Mundial de Viajes y Turismo estimó que el sector registrará un incremento de 3.2% a nivel mundial durante el presente año, por encima del crecimiento económico global estimado en 2.4 por ciento.

El Consejo Mundial de Viajes y Turismo (WTTC, por sus siglas en inglés) estimó que el sector registrará un incremento de 3.2% a nivel mundial durante el presente año, por encima del crecimiento económico global estimado en 2.4% e implicará 376 millones de empleos en el mundo, lo que representa uno de cada nueve empleos a nivel global.

Con dicha perspectiva, la contribución esperada a la economía global es de 12 billones de dólares, equivalente al 9.9% del PIB mundial, de acuerdo con los más recientes datos del consejo, obtenidos en colaboración por Chase Travel, socio líder de investigación.

La presidenta y CEO del WTTC, Gloria Guevara, consideró que el sector de viajes y el turismo continúa demostrando su resiliencia en toda Europa y sigue siendo uno de los motores más importantes del crecimiento económico de la región, en un momento en el que la expansión económica general se está desacelerando.

“Está generando empleos, impulsando inversiones y apoyando a las comunidades en todo el continente. Países como España, Italia, Francia y Turquía están demostrando lo que es posible cuando los gobiernos reconocen el valor estratégico de Viajes y Turismo y respaldan al sector mediante inversiones inteligentes, una sólida conectividad y políticas con visión de futuro. Europa tiene una oportunidad real de aprovechar este impulso, pero mantener la competitividad, la accesibilidad y una experiencia de viaje fluida será fundamental”, explicó.

Así, durante la próxima década, se estima que el sector generará casi 89 millones de nuevos empleos en todo el mundo, equivalentes aproximadamente a una tercera parte de todos los nuevos puestos de trabajo que se crearán en la economía global.

En el mismo periodo, se estima que el PIB global de viajes y turismo crecerá a una tasa anual de 3.6%, en tanto que la economía mundial lo hará en 2.4 por ciento.

Ante dicho escenario, el WTTC destacó la importancia de continuar invirtiendo en infraestructura inteligente, innovación digital, gestión sostenible de destinos, desarrollo de talento y conectividad transfronteriza para mantener la sólida trayectoria de crecimiento del sector a largo plazo.



La organización también subrayó el creciente papel de la inteligencia artificial y las nuevas tecnologías para mejorar la experiencia de los viajeros, la eficiencia operativa y el desarrollo de la fuerza laboral en toda la industria.

DATOS DUROS

- El Consejo Mundial de Viajes y Turismo estimó que el sector registrará un incremento de 3.2% a nivel mundial durante el presente año, por encima del crecimiento económico global estimado en 2.4 por ciento.
- La contribución esperada a la economía global es de 12 billones de dólares, equivalente al 9.9% del PIB mundial, de acuerdo con los más recientes datos del consejo, obtenidos en colaboración por Chase Travel, socio líder de investigación.
- En el mismo periodo, se estima que el PIB global de viajes y turismo crecerá a una tasa anual de 3.6%, en tanto que la economía mundial lo hará en 2.4 por ciento.

FUENTE

<https://www.eleconomista.com.mx/empresas/viajes-turismo-mundial-creceran-3-2-2026-wttc-20260514-813547.html>

Innovación redefine el negocio turístico de PriceTravel.

Publicado: el 14 de mayo 2026.

Por: Patricia Ortega

PriceTravel Holding utiliza IA, datos y conexiones directas de inventario para personalizar viajes, fortalecer agencias, automatizar procesos y responder a un turista que exige rapidez, confianza y experiencias.

En la industria turística, la tecnología ya no opera detrás del mostrador. Hoy define qué destino aparece primero, qué hotel se recomienda, cómo se arma un paquete dinámico y con qué velocidad una agencia puede responder a un viajero que compara, decide y compra en distintos momentos.

En entrevista con El Economista, Jorge Restrepo, CEO de PriceTravel Holding, lo resume desde la operación diaria de una compañía que combina canales B2C, B2B, mayoristas, marcas blancas y plataformas de conexión hotelera. “Lo que hoy nos permite distribuir y movilizar millones de pasajeros es poder conectar el portafolio, llámese inventario aéreo u hotelero, y ponerlo al servicio de los diferentes canales”, explicó.

El grupo movilizó 6.5 millones de pasajeros en el 2025 y registró 3.9 millones de noches cuarto. Comentó que detrás de esas cifras hay una apuesta por integrar inventario, analítica de datos, inteligencia artificial y herramientas que simplifiquen la venta de viajes tanto para usuarios finales como para agencias y socios comerciales.

Respuestas únicas

Restrepo insiste en que cada viajero tiene una necesidad distinta. No busca igual una familia que una pareja, una persona que viaja sola o un usuario que persigue a su selección durante el Mundial 2026. Por eso, la compañía trabaja para que cada búsqueda entregue una respuesta personalizada.

“Nosotros soñamos con que cada búsqueda que hace el usuario sea una respuesta única para ese perfil de usuario”, dijo. Para lograrlo, PriceTravel debe procesar preferencias, fechas, destinos, categorías de hotel, formas de pago y hábitos de consumo.

La escala tecnológica es relevante. La empresa tiene conectados más de 500,000 hoteles en su plataforma, de los cuales 57,000 corresponden a conexiones directas. Esa profundidad de inventario exige herramientas capaces de depurar información, actualizar contenido, mapear propiedades, mejorar imágenes y cruzar producto disponible con la intención real del viajero.

Ahí entra la inteligencia artificial. Restrepo explicó que estas tecnologías permiten entender más rápido al usuario, apoyar a los asesores de viaje y recomendar opciones, incluso en destinos que el agente no conoce de primera mano.



Tecnología dirigida

En el canal B2B, la compañía cuenta con 16,000 agencias conectadas. Para ese segmento, la tecnología funciona como una herramienta de productividad: ayuda a construir paquetes, comparar opciones, integrar inventario y responder con mayor precisión.

“Hay que hacerle la vida fácil al asesor de viajes”, consideró Restrepo. En su visión, la inteligencia artificial puede darle al agente más capacidad de recomendación, más contexto sobre destinos y más velocidad para cerrar una venta.

El grupo también opera soluciones B2B y B2C, donde conecta su plataforma con bancos, tiendas, hoteles o aerolíneas. En algunos casos, permite que los usuarios paguen con puntos, dinero o esquemas mixtos. PriceTravel aporta inventario, plataforma, atención telefónica y servicio completo.

Acelera el paso

La tecnología también será clave para la expansión regional. México y Colombia son los mercados con mayor cobertura para la compañía; Estados Unidos ya opera principalmente en B2B y el negocio B2C está en desarrollo. Perú, Ecuador, Argentina, Chile y Brasil forman parte del mapa de crecimiento.

Explicó que cada mercado exige adaptación. No todos los países usan los mismos métodos de pago, las mismas aerolíneas ni los mismos hábitos de compra. Por eso, la compañía adapta sus plataformas y busca operar con lógica local.

El Mundial 2026 será una prueba para esa capacidad tecnológica. PriceTravel ya observa más búsquedas y ventas hacia México y Estados Unidos, especialmente hacia ciudades con partidos. El directivo prevé que los viajeros combinarán fútbol, playa, conciertos, experiencias urbanas y rutas regionales.

“La diferencia está en los datos, la personalización y la capacidad de convertir una búsqueda en una experiencia completa”, concluyó Restrepo.

FUENTE

<https://www.eleconomista.com.mx/los-especiales/innovacion-redefine-negocio-turistico-pricetravel-20260514-813448.html>

Hilton Mexico City abre tras una renovación integral de 459 cuartos.

Publicado: el 14 de mayo 2026.

Hilton Mexico City Reforma presentó oficialmente el relanzamiento de sus instalaciones tras concluir un proceso de renovación integral que abarcó sus 459 habitaciones y distintas áreas públicas, en una apuesta por reforzar su posición como uno de los principales referentes de hospitalidad en el corazón de la capital mexicana.

Durante el evento, directivos de la cadena hotelera, representantes de la propiedad y autoridades de la alcaldía Cuauhtémoc coincidieron en que la renovación representa una nueva etapa para esta propiedad, inaugurada hace más de 20 años frente a la Alameda Central y con vista directa al centro histórico de la Ciudad de México.

Cristina Pacheco, directora regional de Ventas y Marketing para el Caribe y América Latina de Hilton, destacó que la renovación no solo implicó modernizar instalaciones, sino replantear la experiencia de hospitalidad bajo una visión contemporánea. “No solamente hablamos de renovación, sino de una visión de futuro”, señaló al explicar que los nuevos espacios fueron diseñados para responder a las expectativas del viajero actual.

Por su parte, Jacobo Elmann, representante de Parks Hospitality Holdings, resaltó que el proyecto buscó rendir homenaje a la identidad de la capital mexicana a través del diseño, el mobiliario y las piezas artísticas que decoran el hotel.

El empresario recordó que Hilton llegó a la propiedad en 2009 y señaló que, 15 años después, el hotel vive una nueva etapa gracias al crecimiento que ha tenido. “Este hotel de verdad es un homenaje a la Ciudad de México”, expresó durante la presentación.

En el acto también participó la alcaldesa de Cuauhtémoc, Alessandra Rojo de la Vega, quien afirmó que esta reinversión hotelera refleja la confianza del sector privado en este municipio y en la Ciudad de México.

Como lo informó *REPORTUR.mx*, Colima continúa su posicionamiento en el turismo de negocios y reuniones con la llegada a la capital de la marca hotelera Hampton by Hilton, un nuevo desarrollo que refleja la creciente confianza de inversionistas en el destino y el dinamismo económico que vive la entidad. (Hilton inicia obra para un hotel Hampton en Colima de 110 cuartos).

FUENTE

<https://www.reportur.com/mexico/2026/05/14/hilton-mexico-city-abre-tras-una-renovacion-integral-de-459-cuartos/>

Aeroméxico apertura sus Salones Premier con lujo, arte y confort, en el AICM.

Publicado: el 14 de mayo 2026.

Por: Nadia Hernández / Inversión Turística

Con un diseño de la firma global de arquitectura Gensler, fue renovado el Salón Premier Internacional en el Aeropuerto Internacional de la Ciudad de México (AICM) de Aeroméxico, el cual se inauguró oficialmente con la presencia de Andrés Castañeda, vicepresidente Ejecutivo de Digital y Experiencia al Cliente de la aerolínea.

Con una propuesta inspirada en la esencia del México Contemporáneo, combinando diseño, confort y hospitalidad, el Salón Premier Internacional de Aeroméxico es una zona de descanso que consiente al cliente llevándolo a una experiencia de exclusividad y comodidad para cada pasajero.

Este espacio se suma a la reciente reapertura del Salón Premier Nacional, ubicado también en el AICM, como parte de una estrategia para impulsar la experiencia del cliente durante todas las etapas de su viaje, entendiendo al aeropuerto no solo como un punto de tránsito, sino como un lugar de pausa, estancia y encuentro.

En la presentación a cargo de Andrés Castañeda en compañía de Eduardo Ramos, Socio Director de Gensler y José Esparza Chong Cuy, reconocido curador de arte, se explicó que el Salón Premier Nacional Internacional alberga una exclusiva colección de arte, realizada por el curador José Esparza Chong Cuy, quien logró fusionar obras de artistas y artesanos mexicanos para representar las diferentes visiones del México Contemporáneo.

Este innovador proyecto incluye piezas de artistas como Graciela Iturbide, Miguel Fernández de Castro y Abraham González Pacheco y se convierte también en un punto de encuentro para conectar con el arte y a su vez “busca compartir un mensaje de lo que México representa a través del arte, creando un entorno que no solo sirve como punto de tránsito, sino también como un lugar de reflexión y diplomacia cultural”, señaló José Esparza Chong Cuy.

“Es un oasis para el descanso y la desconexión, el cual combina la modernidad con la hospitalidad que tanto caracteriza a nuestro país”, indicó Castañeda y agregó: “Al igual que el Salón Premier Nacional, este remodelado espacio busca elevar la experiencia premium que ofrecemos a nuestros clientes, con una propuesta de valor enfocada en el servicio, la exclusividad y el confort”.

En un recorrido se pudo constatar que el Salón Premier Internacional cuenta con espacios para trabajar y concentrarse, cabinas privadas para realizar llamadas y videoconferencias. Así como zonas de relajación, ideales para descansar antes de iniciar un nuevo viaje, acondicionada con mobiliario ergonómico.

La experiencia Premium incluye una propuesta culinaria mexicana e internacional, desarrollada por la firma de banquetes Les Croissants con opciones de buffet y menú a la carta. “En este lugar se podrá encontrar un bar icónico con una amplia oferta de mixología”.

“El Salón Premier Internacional es sede de ‘La mesa del chef’, un concepto rotativo que presentará menús exclusivos, creados por chefs de talla internacional”, explicó el vicepresidente Ejecutivo de Digital y Experiencia al Cliente de Aeroméxico.

El staff de cocina y servicio está integrado por especialistas en sus áreas, como bartenders, baristas, cocineros.

Con esta renovación que inicia en el AICM y podría extenderse a otras ciudad de México, la aerolínea “busca establecer nuevos estándares de servicio para crear momentos únicos antes de despegar”. Entre las nuevas amenidades destacan pantallas informativas de vuelos, resguardo seguro de equipaje, baños inclusivos y acceso self-service mediante la App de Aeroméxico.

Salón Premier Internacional

Capacidad: hasta 206 personas
Horario de atención: 5:00 – 1:00 h
Superficie: 1230.45 m²
Inspirado en Xochimilco, con un ambiente de calma y desconexión

Salón Premier Nacional

Capacidad: 187 personas
Horario de atención: 2:00 – 22:00 h
Superficie: 1088.88 m²
Diseño inspirado en las luces de la Ciudad de México

FUENTE

<https://inversion-turistica.com/2026/05/14/aeromexico-apertura-sus-salones-premier-con-lujo-arte-y-confort-en-el-aicm/>

Iberia presenta nuevo podcast.

Publicado: el 14 de mayo 2026.

Iberia presentó *El Cubo de Otto*, un podcast original concebido para ayudar a las personas a comprender y superar el miedo a volar a través de una experiencia sonora innovadora.

El Cubo de Otto apuesta por una narrativa artística y transformadora que convierte el miedo en una oportunidad de aprendizaje, reflexión y crecimiento personal. El proyecto se estructura en 19 episodios divididos en dos partes: una documentación de 10 capítulos y una ficción sonora de 9 episodios.

Dos historias complementarias para explorar el miedo a volar

Primera parte: el desafío de Gael

La primera parte sigue la historia de Gael, un dramaturgo que recibe un misterioso encargo: crear una obra de teatro sobre el miedo a volar destinada a un único espectador.

Segunda parte: una historia de amor atravesada por el miedo

La segunda parte presenta a Lucía y Augusto, una pareja que se conoce por internet. Ella vive en Madrid; él, en Buenos Aires. La relación parece destinada a funcionar... salvo por un obstáculo decisivo: ambos sienten un miedo paralizante a volar.

La ficción acompaña a los protagonistas en un viaje emocional en el que deberán enfrentarse a sus propios límites para descubrir si el amor puede ser más fuerte que el miedo.

Apuesta por el podcast

La aerolínea busca con este podcast ofrecer una mirada más humana, cercana y comprensible sobre el miedo a volar, acompañando a quienes lo padecen con herramientas emocionales y relatos inspiradores.

FUENTE

<https://inversion-turistica.com/2026/05/14/iberia-presenta-nuevo-podcast/>



Tarifas de hospedaje en CDMX se disparan hasta los 100 mil pesos por noche previo al Mundial.

Publicado: el 14 de mayo 2026.

Hospedaje en la CDMX alcanza los 107 mil pesos por noche ante justa mundialista

A menos de un mes de la inauguración de la Copa Mundial de Fútbol, el sector de servicios en la capital mexicana registra incrementos extraordinarios. En plataformas como Expedia, un apart-hotel ubicado en Periférico Sur, cerca de Cuicuilco, oferta una estancia para dos personas en 107 mil 849 pesos del 11 al 12 de junio. Este fenómeno afecta directamente la economía de México, ya que la tarifa habitual de dicho inmueble, con habitaciones de 35 metros cuadrados, es de apenas 3 mil 998 pesos.

El aumento representa una inflación de hasta 27 veces el valor comercial estándar. Otros sectores, como el transporte ejecutivo, también ajustan sus costos; traslados en vehículos de lujo tipo Audi se cotizan en 13 mil pesos por seis días. La economía de México se ve presionada por una demanda masiva que ha agotado la disponibilidad en zonas como Coyoacán, mientras que en colonias como Portales, un loft privado por cinco noches alcanza los 36 mil 330 pesos.

Especulación comercial y la relación entre México y las calificadoras

La volatilidad en los precios de servicios y la reventa de boletos, que alcanza los 39 mil pesos en grupos de WhatsApp, generan un entorno de alta especulación. Aunque el turismo inyecta capital, la falta de regulación en tarifas digitales podría alterar las métricas de servicios. Esta estabilidad de precios es observada dentro de la relación entre México y las calificadoras, ya que la inflación en el sector servicios es un componente clave del índice de precios al consumidor.

Curiosamente, mientras en la capital mexicana los precios suben, la relación entre México y las calificadoras nota un contraste con Estados Unidos. En ciudades sede como Dallas o Miami, las tarifas han caído un tercio debido a preocupaciones financieras y factores geopolíticos. En México, la oferta se diversifica desde habitaciones compartidas de 9 mil pesos en Eje Central hasta rentas de pantallas gigantes por 6 mil pesos diarios, demostrando una resiliencia comercial agresiva de cara al evento deportivo más importante del año.

¿Debería el Gobierno de la Ciudad de México intervenir para regular los precios de las plataformas digitales y evitar abusos contra los turistas?

FUENTE

<https://cadenapolitica.com/2026/05/14/tarifas-de-hospedaje-en-cdmx-se-disparan-hasta-los-100-mil-pesos-por-noche-previo-al-mundial/>



Turismo crecerá 1.5 veces más que la economía mundial en la próxima década: WTTC.

Publicado: el 14 de mayo 2026.

Por: Julio Gutiérrez

Ciudad de México. La industria turística crecerá con fuerza durante la siguiente década. Un nuevo estudio del Consejo Mundial de Viajes y Turismo (WTTC, por sus siglas en inglés) estimó que la expansión del sector de viajes y turismo será 1.5 veces superior a la de la economía mundial en ese periodo.

El nuevo estudio del WTTC, en colaboración con Chase Travel, indica que para este año se proyecta que la industria contribuya con 9.9 por ciento del Producto Interno Bruto (PIB) global. Al mismo tiempo, crecerá 3.2 por ciento, mientras que la actividad en general avanzará 2.4 por ciento.

“Se espera que el sector respalde 376 millones de empleos en el mundo durante 2026, lo que representa uno de cada nueve empleos a nivel global”, precisó el WTTC.

Así, refirió, durante la próxima década se tiene estimado que los viajes y el turismo generan casi 89 millones de nuevos empleos en todo el mundo, lo que resulta el equivalente a casi una tercera parte de todos los nuevos puestos de trabajo que se crearán en la economía global.

“En el mismo periodo se estima que el PIB global del sector crecerá a una tasa anual de 3.6 por ciento, es decir, 1.5 veces más rápido que la economía mundial en general, proyectada en 2.4 por ciento”, destacó el WTTC.

Derivado de lo anterior, el organismo internacional que preside la mexicana Gloria Guevara, mencionó que es de suma importancia invertir en “infraestructura inteligente, innovación digital, gestión sostenible de destinos, desarrollo de talento y conectividad transfronteriza para mantener la sólida trayectoria de crecimiento del sector a largo plazo”.

Al mismo tiempo, refirió, las nuevas tecnologías como la inteligencia artificial (IA) juegan un papel fundamental para mejorar la experiencia turística en cada viaje.

Caso europeo

Uno de los casos particulares es el de Europa, en donde se anticipa que la industria crezca 3.6 por ciento este año, mientras que la región solo avanzará uno por ciento.

Para este destino, se proyecta que el gasto de los visitantes internacionales crezca 7.1 por ciento, significativamente por encima del promedio global de 3.7 por ciento, “ya que los viajeros optan cada vez más por destinos cercanos a sus lugares de origen ante la incertidumbre geopolítica y las interrupciones en otras regiones”.



La presidenta del WTTC, Gloria Guevara, mencionó que el sector todavía muestra resiliencia en destinos como Europa y es uno de los motores más importantes de crecimiento en dicha región, toda vez que genera empleos, inversiones y apoya a las comunidades.

FUENTE

<https://www.jornada.com.mx/noticia/2026/05/14/economia/turismo-crecera-15-veces-mas-que-la-economia-mundial-en-la-proxima-decada-wttc>

Mundial 2026: 12 selecciones nacionales jugarán partidos en México ¿Cuáles necesitan Visa para ingresar al país?.

Publicado: el 14 de mayo 2026.

Por: Rodrigo Bautista

Japón y otras selecciones nacionales jugarán en México durante el Mundial 2026, pero algunas necesitarán permisos especiales para ingresar.

México hará historia al convertirse en el primer país en albergar una justa mundialista organizada por la FIFA por tercera ocasión. Para esta edición, el país recibirá encuentros de fase de grupos en sus tres ciudades sede, donde participarán 12 selecciones nacionales provenientes de distintas regiones del mundo.

Entre los equipos más llamativos se encuentra la Selección de Japón, cuyos aficionados podrán ingresar a territorio mexicano sin necesidad de tramitar visa, situación que ha despertado interés entre viajeros y aficionados internacionales sobre qué países requerirán permisos especiales o documentación migratoria adicional para asistir al torneo.

La conversación ha cobrado relevancia debido a la expectativa turística que rodea al Mundial de 2026, especialmente ante el flujo masivo de visitantes que llegarán desde Asia, Europa, África y Sudamérica para presenciar los partidos en suelo mexicano.

La Secretaría de Turismo estima que el Mundial 2026 provocará una de las mayores movilizaciones turísticas en la historia reciente del país, con la llegada de más de 5.5 millones de turistas internacionales y un flujo total cercano a los 6 millones de visitantes, incluyendo viajeros nacionales a lo largo de los 39 días que durará el torneo.

Las proyecciones oficiales también anticipan un crecimiento de 44 por ciento en la actividad turística entre el 11 de junio y el 19 de julio de 2026, en comparación con el mismo periodo de 2025, impulsando sectores como hospedaje, transporte, restaurantes y entretenimiento en las ciudades sede.

Las selecciones que jugarán en México

Un total de 12 selecciones nacionales disputarán partidos oficiales de la fase de grupos del Mundial 2026 en territorio mexicano, consolidando al país como uno de los principales escenarios del torneo organizado por la FIFA. Las ciudades de CDMX, Guadalajara y Monterrey serán las encargadas de recibir encuentros de fase de grupos, así como a miles de aficionados internacionales que viajarán desde distintos continentes para apoyar a sus selecciones.

Dentro de los equipos confirmados destaca la presencia de México como anfitrión principal del Grupo A, acompañado por Sudáfrica, Corea del Sur y República Checa, selecciones que disputarán partidos en las tres sedes



mexicanas. En el caso del Grupo K, los encuentros se celebrarán en Ciudad de México y Guadalajara con la participación de Colombia, Uzbekistán y República Democrática del Congo, combinando selecciones latinoamericanas, asiáticas y africanas.

Por otro lado, España y Uruguay protagonizarán uno de los cruces más atractivos del Grupo H en Guadalajara, mientras que Monterrey recibirá partidos del Grupo F con las selecciones de Japón, Túnez y Suecia. La presencia de Japón ha llamado especialmente la atención debido a que sus aficionados pueden ingresar a México sin necesidad de visa, situación que ha despertado interés sobre los requisitos migratorios que enfrentarán otros visitantes internacionales durante el Mundial.

¿Qué nacionalidades necesitan Visa para ingresar al país?

De las 12 selecciones confirmadas para disputar la fase de grupos en territorio mexicano, únicamente tres nacionalidades deberán tramitar obligatoriamente una visa mexicana para ingresar al país como turistas: República Democrática del Congo, Uzbekistán y Túnez. El resto de las aficiones provenientes de las selecciones participantes podrán entrar al país sin este requisito migratorio, siempre que cumplan con las condiciones habituales de ingreso establecidas por las autoridades mexicanas.

No obstante, existe una excepción importante para los ciudadanos de estos tres países. Las autoridades migratorias mexicanas permiten el ingreso sin necesidad de visa nacional a quienes cuenten con una visa válida y vigente de entrada múltiple o residencia permanente de Estados Unidos, Canadá, Japón, Reino Unido o de cualquiera de los países pertenecientes al Espacio Schengen, según información de Gobierno de México.

Las restricciones a otros países

Aunque Ecuador y Perú jugarán principalmente en sedes de Estados Unidos durante el torneo, sus aficionados que deseen viajar a México deberán tomar en cuenta que el país volvió a solicitar visa de visitante para ambas nacionalidades desde 2024 y 2025, respectivamente, como parte de medidas de control migratorio. Por su parte, aunque no participará, Venezuela continúa siendo una de las nacionalidades con mayores restricciones para ingresar a territorio mexicano en 2026, manteniendo el requisito obligatorio de visa para turistas.

FUENTE

<https://www.merca20.com/mundial-2026-12-selecciones-nacionales-jugaran-partidos-en-mexico-cuales-necesitan-visa-para-ingresar-al-pais/>

La Gran Escapada, El Buen Fin del Turismo 2026, impulsará una derrama económica superior a 44 mil mdp con ofertas para viajar por México.

Publicado el 13 de mayo 2026.

Comunicado conjunto 19 /2026.- La secretaria de Turismo, Josefina Rodríguez Zamora, y el presidente de Concanaco Servytur, Octavio de la Torre de Stéfano, encabezaron la presentación de la segunda edición de La Gran Escapada, El Buen Fin del Turismo.



- Josefina Rodríguez Zamora destacó que La Gran Escapada fortalece el turismo nacional, impulsa el consumo local y genera Prosperidad



Compartida; además, resaltó que 7.5 de cada 10 turistas que llegan a un hotel son mexicanas y mexicanos.

- Octavio de la Torre de Stéffano invitó a prestadores de servicios turísticos y negocios familiares a registrarse antes del 17 de junio en la plataforma oficial de La Gran Escapada para sumar promociones y experiencias turísticas.
- Detallaron que este “Buen Fin del Turismo” es una iniciativa nacional que pondrá al alcance de las y los viajeros promociones, descuentos y experiencias turísticas para recorrer México con precios accesibles y ofertas exclusivas.

La secretaria de Turismo del Gobierno de México, Josefina Rodríguez Zamora, y el presidente de Concanaco Servytur, Octavio de la Torre de Stéffano, en conferencia nacional híbrida y simultánea, encabezaron la presentación de la segunda edición de La Gran Escapada, El Buen Fin del Turismo, iniciativa nacional que se realizará del 18 al 21 de junio, la cual pondrá al alcance de las y los viajeros promociones, descuentos y experiencias turísticas para recorrer México con precios accesibles y ofertas exclusivas.

Acompañada por secretarías y secretarios de Turismo de los estados del país, representantes de cámaras empresariales, iniciativa privada y autoridades federales, Rodríguez Zamora destacó que esta estrategia, que en su segunda edición estima una derrama económica superior a los 44 mil millones de pesos, busca fortalecer el turismo nacional, impulsar el consumo local y generar Prosperidad Compartida en las comunidades turísticas del país.

Asimismo, resaltó que el turismo nacional es el motor de la actividad turística en México, ya que 7.5 de cada 10 turistas que llegan a un hotel son mexicanas y mexicanos, por lo que iniciativas como La Gran Escapada representan una oportunidad para fortalecer el mercado interno y acercar a las familias a los destinos del país.

Por su parte, el presidente de Concanaco Servytur, Octavio De la Torre de Stéffano, subrayó que La Gran Escapada está dirigida a todas las empresas y prestadores de servicios turísticos, desde hoteles y restaurantes hasta guías de turistas, cocineras tradicionales, transportistas turísticos, agencias de viajes, operadores de tours y negocios familiares.

Destacó que podrán registrarse promociones y ofertas relacionadas con hospedaje, paquetes turísticos, tours, rutas gastronómicas, experiencias culturales, actividades de naturaleza y aventura, turismo deportivo, de romance, bienestar, negocios y experiencias familiares, entre otras.

“Si México va a estar frente al mundo, sus empresas turísticas también tienen que estar listas. La Gran Escapada llega en el momento correcto para activar al sector, fortalecer la oferta nacional y preparar a los negocios familiares turísticos para una coyuntura que puede detonar viajes, consumo local y derrama económica”, afirmó.



De la Torre de Stéffano señaló que La Gran Escapada representa una oportunidad para que todas y todos quienes generan experiencias turísticas en el país ganen visibilidad a nivel nacional, incrementen reservaciones y conecten directamente con familias mexicanas interesadas en viajar por México, por lo que invitó a prestadores de servicios turísticos, cámaras empresariales y gobiernos estatales a registrarse en la plataforma oficial de la iniciativa antes del 17 de junio para sumar promociones, paquetes, descuentos y experiencias turísticas que serán visibles a nivel nacional a partir del 18 al 21 de junio.

La titular de la Secretaría de Turismo precisó que esta iniciativa no se limita a ofrecer descuentos, sino que representa una plataforma para acercar a las familias mexicanas a la riqueza cultural, gastronómica, natural y turística de México, mediante promociones y experiencias accesibles en todo el país.

Rodríguez Zamora destacó que en 2025 La Gran Escapada generó más de 40 mil millones de pesos en un solo fin de semana, recursos que beneficiaron directamente a comercios, empresas y comunidades de los diferentes destinos turísticos del país; además, recordó que en su edición anterior se registraron más de 108 mil experiencias turísticas en todo el país.

Señaló que esta estrategia responde a la visión de la Presidenta Claudia Sheinbaum Pardo de consolidar al turismo como un motor de bienestar y desarrollo económico, que permita que los beneficios de esta actividad permanezcan en las comunidades, mediante acciones que impulsen a más mexicanas y mexicanos a viajar, conocer su país y fortalecer la economía local de los destinos turísticos.

En representación del titular de la Procuraduría Federal del Consumidor (PROFECO), César Iván Escalante Ruiz, la subprocuradora de PROFECO, Rebeca Olivia Sánchez Sandín subrayó la importancia de que las promociones participantes sean claras, verificables y accesibles para las y los consumidores, con información suficiente para comparar, decidir y comprar con seguridad.

A su vez, el presidente de la Unión de Secretarios de Turismo de México, ASETUR, Bernardo Cueto Riestra, destacó que las secretarías y los secretarios de Turismo del país se suman a La Gran Escapada 2026 por su capacidad para fortalecer una actividad estratégica para la economía de los estados.

“Desde ASETUR nos sumamos a La Gran Escapada porque representa una oportunidad para fortalecer el turismo, queremos que el impacto del turismo llegue verdaderamente al territorio y que más destinos, comunidades y prestadores de servicios formen parte de esta oportunidad nacional”, agregó.

La plataforma funcionará como un gran escaparate nacional para que las y los viajeros encuentren promociones turísticas confiables, al tiempo que permitirá a las empresas incrementar su visibilidad y acercarse directamente a consumidores con intención de viajar.



Para participar es indispensable contar con el Registro Nacional de Turismo (RNT), mecanismo que brinda mayor certidumbre y confianza a las y los compradores, al garantizar que los prestadores de servicios turísticos cumplen con la normatividad correspondiente.

DATOS DUROS

- Josefina Rodríguez Zamora destacó que La Gran Escapada fortalece el turismo nacional, impulsa el consumo local y genera Prosperidad Compartida; además, resaltó que 7.5 de cada 10 turistas que llegan a un hotel son mexicanas y mexicanos.
- La Gran Escapada, El Buen Fin del Turismo, iniciativa nacional que se realizará del 18 al 21 de junio, la cual pondrá al alcance de las y los viajeros promociones, descuentos y experiencias turísticas para recorrer México con precios accesibles y ofertas exclusivas.
- Que en su segunda edición estima una derrama económica superior a los 44 mil millones de pesos, busca fortalecer el turismo nacional, impulsar el consumo local y generar Prosperidad Compartida en las comunidades turísticas del país.
- Asimismo, resaltó que el turismo nacional es el motor de la actividad turística en México, ya que 7.5 de cada 10 turistas que llegan a un hotel son mexicanas y mexicanos, por lo que iniciativas como La Gran Escapada representan una oportunidad para fortalecer el mercado interno y acercar a las familias a los destinos del país.
- La Gran Escapada generó más de 40 mil millones de pesos en un solo fin de semana, recursos que beneficiaron directamente a comercios, empresas y comunidades de los diferentes destinos turísticos del país; además, recordó que en su edición anterior se registraron más de 108 mil experiencias turísticas en todo el país.

FUENTE

<https://www.gob.mx/sectur/articulos/la-gran-escapada-el-buen-fin-del-turismo-2026-impulsara-una-derrama-economica-superior-a-44-mil-mdp-con-ofertas-para-viajar-por-mexico?idiom=es>

Durango recibirá la primera edición de Titan Desert México 2026.

Publicado: el 13 mayo 2026.

Comunicado 090/2026.- La secretaria de Turismo del Gobierno de México, Josefina Rodríguez Zamora, encabezó en Punto México la presentación de la primera edición de la Durango Titan Desert México 2026.

- Josefina Rodríguez Zamora afirmó que la Durango Titan Desert México 2026 posicionará a Durango como referente internacional de turismo deportivo y cinematográfico, con beneficios en derrama económica, empleo y promoción global del estado.
- La primera edición de la Durango Titan Desert México se realizará del 13 al 16 de noviembre y marcará la llegada de las Titan World Series a México, con un recorrido de 362 kilómetros a través de desierto, bosque y montaña.
- Autoridades y organizadores destacaron que el evento fortalecerá el turismo de aventura en Durango y atraerá visitantes nacionales e internacionales, además de generar beneficios para hoteles, prestadores de servicios y comunidades locales.

La secretaria de Turismo del Gobierno de México, Josefina Rodríguez Zamora, encabezó en Punto México la presentación de la primera edición de la Durango Titan Desert México 2026, competencia internacional de ciclismo de montaña que se realizará del 13 al 16 de noviembre en el estado de Durango.

La titular de la Secretaría de Turismo señaló que esta carrera representa una oportunidad para posicionar a Durango como un destino de turismo deportivo y cinematográfico a nivel internacional, además de impulsar la derrama económica, la proveeduría local y la generación de empleos.

“Durango es un referente internacional del turismo deportivo y cinematográfico. Esta carrera mostrará al mundo la grandeza de sus paisajes, su cultura y la capacidad de México para albergar eventos globales que generan derrama económica, empleo y experiencias inolvidables para las y los visitantes”, expresó.

Rodríguez Zamora subrayó que este tipo de competencias internacionales contribuyen a diversificar la oferta turística de los estados y consolidar segmentos estratégicos más allá del sol y playa.

“Todos los estados tienen talentos y segmentos; si posicionas a un estado con el segmento correspondiente, por supuesto que van a tener turistas y prosperidad compartida en sus comunidades”, concluyó.

En su oportunidad la secretaria de Turismo de Durango, Elisa María Haro Ruiz, destacó que la llegada de Titan Desert México representa un paso estratégico para consolidar al estado como uno de los destinos más importantes del país en



turismo deportivo y de aventura, al tiempo que fortalece la proyección internacional de sus paisajes, cultura y vocación cinematográfica.

Subrayó que la competencia no solo atraerá participantes de distintas partes del mundo, sino que también generará beneficios económicos para comunidades locales a través del turismo comunitario, la ocupación hotelera, la proveeduría y los servicios turísticos en distintas regiones de Durango.

“Estamos muy orgullosos de recibir un evento internacional de esta magnitud. Durango está listo para mostrarle al mundo sus paisajes de cine, su riqueza natural y la capacidad que tiene nuestro estado para ofrecer experiencias únicas a las y los visitantes”, expresó.

La Durango Titan Desert México será la primera prueba de Titan World Series en territorio nacional. Estas competencias, nacidas hace más de dos décadas en España, han tenido ediciones en países como Marruecos, Arabia Saudita, Cuba y Chile.

En total, las y los participantes recorrerán 362 kilómetros y acumularán más de 5 mil 500 metros de desnivel positivo a lo largo de cuatro etapas:

Etapas 1: Durango – Nombre de Dios: 83 km / 250 m+

Etapas 2: Nombre de Dios – Ejido La Casita: 89 km / 2,300 m+

Etapas 3: Ejido La Casita – Navíos: 85 km / 2,035 m+

Etapas 4: Navíos – Durango: 105 km / 860 m+

Por su parte, el director general de ASDeporte, Adolfo Quiles Pérez, precisó que México siempre estuvo en la visión de los organizadores y que Durango reúne las condiciones ideales para albergar esta experiencia por sus escenarios naturales y su identidad cinematográfica.

“Durango reúne todos los elementos que hacen especial a Titan Desert: aventura, paisajes espectaculares, historia y una conexión única entre el deporte y el entorno. Estamos convencidos de que esta edición será una de las más emblemáticas del circuito internacional”, señaló.

El product owner del evento, Jorge Armando Reyes Franco, detalló que la Titan Desert México será una competencia de alta exigencia física y logística, con cuatro días de recorrido y etapas que combinan distintos tipos de terreno, desde zonas boscosas hasta desierto y zonas montañosas, lo que la convierte en una prueba de resistencia de nivel internacional.

Explicó que cada participante contará con un campamento base, sistemas de GPS en tiempo real y acompañamiento de equipos médicos y de seguridad, incluyendo ambulancias, personal de emergencia y apoyo aéreo, con el objetivo de garantizar la integridad de los ciclistas durante todo el recorrido.



“Es un evento muy demandante. Los participantes se enfrentan a jornadas de siete u ocho horas diarias, con recorridos que atraviesan lagunas, cascadas, bosque y desierto. Tenemos todas las condiciones para que esta primera edición en México sea la más espectacular de todas”, señaló.

DATOS DUROS

- La primera edición de la Durango Titan Desert México se realizará del 13 al 16 de noviembre y marcará la llegada de las Titan World Series a México, con un recorrido de 362 kilómetros a través de desierto, bosque y montaña.
- En total, las y los participantes recorrerán 362 kilómetros y acumularán más de 5 mil 500 metros de desnivel positivo a lo largo de cuatro etapas:
- Etapa 1: Durango – Nombre de Dios: 83 km / 250 m+
- Etapa 2: Nombre de Dios – Ejido La Casita: 89 km / 2,300 m+
- Etapa 3: Ejido La Casita – Navíos: 85 km / 2,035 m+
- Etapa 4: Navíos – Durango: 105 km / 860 m+

FUENTE

<https://www.gob.mx/sectur/articulos/durango-recibira-la-primera-edicion-de-titan-desert-mexico-2026?idiom=es>

Tlalpan anuncia festival mundialista con actividades culturales y deportivas.

Publicado: el 13 de mayo 2026.

Por: Rodrigo Cerezo

Para recibir a los visitantes nacionales y extranjeros que se darán cita durante la Copa Mundial de Fútbol 2026, la alcaldía Tlalpan anunció una serie de actividades culturales y deportivas en torno al evento.

En conferencia, la alcaldesa Gabriela Osorio destacó el Mundial 2026 como una oportunidad para dar a conocer la grandeza cultural, artística e histórica de la demarcación y apoyar a reactivar la economía local.

Para vivir una experiencia integral, la alcaldía ofrecerá una variedad musical, deportiva y gastronómica, donde la gente que venga de otras latitudes tendrá la oportunidad de conocer una parte de México en la alcaldía.

Durante la celebración del evento, Tlalpan ofrecerá una experiencia integral con un corredor gastronómico, actividades culturales, exhibiciones y festivales.

El Festival originario, del 1 al 18 de junio, reunirá teatro, música, exposiciones y gastronomía de los pueblos originarios de la demarcación.

En el ámbito deportivo, la “Copa del barrio” llevará la emoción del Mundial a cada rincón de Tlalpan con un torneo que se jugará en las 41 canchas rehabilitadas; una iniciativa para que el fútbol se viva a lo largo y ancho de la demarcación, fortaleciendo la convivencia y el deporte.

Además, con la recuperación de espacios públicos a través del arte, para esta temporada mundialista se realizará el mural más grande de Tlalpan con más de mil metros intervenidos por artistas locales.

Finalmente, con el “pasaporte turístico de Tlalpan” se invita a descubrir la riqueza de la alcaldía, con beneficios exclusivos para los visitantes, en esfuerzo por impulsar la economía local y apoyar a prestadores de servicios.

FUENTE

<https://24-horas.mx/cdmx/tlalpan-anuncia-festival-mundialista-con-actividades-culturales-y-deportivas/>



'¡Ajolotizamos a U2!': Brugada invita al grupo a dar concierto en el Zócalo de CDMX.

Publicado: el 13 de mayo 2026.

Por: Rodrigo Cerezo

En medio de su visita a México, la Jefa de Gobierno, Clara Brugada, hizo una invitación formal a la banda irlandesa U2, para ofrecer un concierto en el Zócalo de la Ciudad de México (CDMX).

Aprovechando su paso por la capital, donde el cuarteto irlandés se encuentra filmando el videoclip de su nuevo tema "*Street of dreams*", la mandataria local invitó públicamente a ofrecer un concierto en el Zócalo capitalino.

"Esta es una invitación para que puedan tocar en nuestra maravillosa Plaza que es el Zócalo. Son bienvenidos, nos encantaría mucho", emocionó en un encuentro con la agrupación.

El cuarteto irlandés, U2 se encuentra de regreso en la Ciudad de México, donde por segundo día realizó grabaciones en la Plaza de Santo Domingo, en el Centro Histórico para el video de una nueva canción.

Hasta el momento, no se tiene confirmada ninguna presentación de U2 en la Ciudad de México. No obstante, la invitación de la Jefa de Gobierno despertó la ilusión entre algunos seguidores de la banda, luego de que Bono expresó su deseo de iniciar su próxima gira en la capital.

"Los invitamos a venir a la plaza pública más importante del país, nuestro Zócalo capitalino, donde se ha hecho historia y que es referente cultural de América Latina", escribió la Jefa de Gobierno a U2.

FUENTE

<https://24-horas.mx/cdmx/ajolotizamos-a-u2-brugada-invita-al-grupo-a-dar-concierto-en-el-zocalo-de-cdmx/>

La Gran Escapada 2026 dejará una derrama económica de más de 44 mil mdp.

Publicado: el 13 mayo 2026.

Por. Néstor Ramírez

Se espera una derrama económica de más de 44 mil millones de pesos gracias a la segunda edición de La Gran Escapada, el Buen Fin del Turismo 2026. Esto luego de la presentación de la estrategia turística que impulsan la Secretaría de Turismo y Concanaco Servytur mediante promociones, descuentos y experiencias turísticas accesibles del 18 al 21 de junio.

La secretaria Josefina Rodríguez Zamora y Octavio de la Torre de Stéfano, presidente de la Confederación, presentaron la nueva edición de este esfuerzo. Durante la presentación, Rodríguez Zamora destacó que esta segunda edición se consolida como una de las principales estrategias para fortalecer el turismo nacional.

La Gran Escapada 2026 dejará una derrama económica de más de 44 mil mdp

La secretaria de Turismo subrayó que el turismo doméstico es el principal motor de la actividad turística en México. Esto gracias a que siete de cada 10 huéspedes en hoteles del país son mexicanos. En ese sentido, señaló que La Gran Escapada busca acercar a más familias a distintos destinos turísticos mediante ofertas accesibles y experiencias diseñadas para todos los perfiles de viajeros.

“La Gran Escapada no solo se trata de descuentos, sino de acercar a las familias mexicanas a la riqueza cultural, gastronómica, natural y turística del país”, expresó Josefina Rodríguez Zamora.

¿Qué es La Gran Escapada, El Buen Fin del Turismo y qué descuentos ofrece?

El programa está dirigido a una amplia red de prestadores de servicios turísticos, desde hoteles y restaurantes hasta agencias de viajes, guías turísticos, operadores de tours, cocineras tradicionales, transportistas y negocios familiares relacionados con la actividad turística.

Octavio de la Torre de Stéfano enfatizó que la plataforma permitirá registrar promociones y paquetes enfocados en distintos segmentos del mercado, incluyendo rutas gastronómicas, turismo cultural, experiencias de naturaleza y aventura, turismo deportivo, bienestar, romance y viajes familiares.

El dirigente empresarial aseguró que la iniciativa llega en un momento estratégico para el sector turístico nacional. Sobre todo ante la creciente exposición internacional que tendrá México en los próximos años con eventos globales y el fortalecimiento de la actividad turística.



“Si México va a estar frente al mundo, sus empresas turísticas también tienen que estar listas. La Gran Escapada llega en el momento correcto para activar al sector y fortalecer la oferta nacional”, afirmó.

La Gran Escapada, El Buen Fin del Turismo 2026 busca generar mayor visibilidad para pequeñas y medianas empresas turísticas en todo el país. Los organizadores señalaron que los negocios participantes podrán conectar directamente con consumidores interesados en viajar, incrementar reservaciones y ampliar su presencia a nivel nacional.

La edición anterior dejó cifras positivas para el sector. Según datos de la Secretaría de Turismo, en 2025 la iniciativa generó más de 40 mil millones de pesos en un solo fin de semana y reunió más de 108 mil experiencias turísticas en todo el territorio nacional.

Bernardo Cueto Riestra, presidente de ASETUR, señaló que las secretarías de Turismo estatales respaldan la estrategia debido a su potencial para fortalecer las economías locales y ampliar los beneficios del turismo hacia más comunidades.

La plataforma funcionará como un escaparate digital donde los viajeros podrán encontrar promociones confiables en hospedaje, tours y actividades turísticas en distintos estados del país. Al mismo tiempo, las empresas participantes tendrán acceso a una vitrina nacional para promocionar sus servicios y captar nuevos clientes.

FUENTE

<https://mundoejecutivocdmx.com/turismo/la-gran-escapada-2026-dejara-una-derrama-economica-de-mas-de-44-mil-mdp/>



La Gran Escapada, El Buen Fin del Turismo 2026, impulsará una derrama económica superior a 44 mil mdp con ofertas para viajar por México.

Publicado: el 13 de mayo 2026.

- Josefina Rodríguez Zamora destacó que La Gran Escapada fortalece el turismo nacional, impulsa el consumo local y genera Prosperidad Compartida; además, resaltó que 7.5 de cada 10 turistas que llegan a un hotel son mexicanas y mexicanos
- Octavio de la Torre de Stéffano invitó a prestadores de servicios turísticos y negocios familiares a registrarse antes del 17 de junio en la plataforma oficial de La Gran Escapada para sumar promociones y experiencias turísticas
- Detallaron que este “Buen Fin del Turismo” es una iniciativa nacional que pondrá al alcance de las y los viajeros promociones, descuentos y experiencias turísticas para recorrer México con precios accesibles y ofertas exclusivas

La secretaria de Turismo del Gobierno de México, Josefina Rodríguez Zamora, y el presidente de Concanaco Servytur, Octavio de la Torre de Stéffano, en conferencia nacional híbrida y simultánea, encabezaron la presentación de la segunda edición de La Gran Escapada, El Buen Fin del Turismo, iniciativa nacional que se realizará del 18 al 21 de junio, la cual pondrá al alcance de las y los viajeros promociones, descuentos y experiencias turísticas para recorrer México con precios accesibles y ofertas exclusivas.

Acompañada por secretarías y secretarios de Turismo de los estados del país, representantes de cámaras empresariales, iniciativa privada y autoridades federales, Rodríguez Zamora destacó que esta estrategia, que en su segunda edición estima una derrama económica superior a los 44 mil millones de pesos, busca fortalecer el turismo nacional, impulsar el consumo local y generar Prosperidad Compartida en las comunidades turísticas del país.

Asimismo, resaltó que el turismo nacional es el motor de la actividad turística en México, ya que 7.5 de cada 10 turistas que llegan a un hotel son mexicanas y mexicanos, por lo que iniciativas como La Gran Escapada representan una oportunidad para fortalecer el mercado interno y acercar a las familias a los destinos del país.

Por su parte, el presidente de Concanaco Servytur, Octavio De la Torre de Stéffano, subrayó que La Gran Escapada está dirigida a todas las empresas y prestadores de servicios turísticos, desde hoteles y restaurantes hasta guías de turistas, cocineras tradicionales, transportistas turísticos, agencias de viajes, operadores de tours y negocios familiares.

Destacó que podrán registrarse promociones y ofertas relacionadas con hospedaje, paquetes turísticos, tours, rutas gastronómicas, experiencias culturales, actividades de naturaleza y aventura, turismo deportivo, de romance, bienestar, negocios y experiencias familiares, entre otras.



“Si México va a estar frente al mundo, sus empresas turísticas también tienen que estar listas. La Gran Escapada llega en el momento correcto para activar al sector, fortalecer la oferta nacional y preparar a los negocios familiares turísticos para una coyuntura que puede detonar viajes, consumo local y derrama económica”, afirmó.

De la Torre de Stéffano señaló que La Gran Escapada representa una oportunidad para que todas y todos quienes generan experiencias turísticas en el país ganen visibilidad a nivel nacional, incrementen reservaciones y conecten directamente con familias mexicanas interesadas en viajar por México, por lo que invitó a prestadores de servicios turísticos, cámaras empresariales y gobiernos estatales a registrarse en la plataforma oficial de la iniciativa antes del 17 de junio para sumar promociones, paquetes, descuentos y experiencias turísticas que serán visibles a nivel nacional a partir del 18 al 21 de junio.

La titular de la Secretaría de Turismo precisó que esta iniciativa no se limita a ofrecer descuentos, sino que representa una plataforma para acercar a las familias mexicanas a la riqueza cultural, gastronómica, natural y turística de México, mediante promociones y experiencias accesibles en todo el país.

Rodríguez Zamora destacó que en 2025 La Gran Escapada generó más de 40 mil millones de pesos en un solo fin de semana, recursos que beneficiaron directamente a comercios, empresas y comunidades de los diferentes destinos turísticos del país; además, recordó que en su edición anterior se registraron más de 108 mil experiencias turísticas en todo el país.

Señaló que esta estrategia responde a la visión de la Presidenta Claudia Sheinbaum Pardo de consolidar al turismo como un motor de bienestar y desarrollo económico, que permita que los beneficios de esta actividad permanezcan en las comunidades, mediante acciones que impulsen a más mexicanas y mexicanos a viajar, conocer su país y fortalecer la economía local de los destinos turísticos.

En representación del titular de la Procuraduría Federal del Consumidor (PROFECO), César Iván Escalante Ruiz, la subprocuradora de PROFECO, Rebeca Olivia Sánchez Sandín subrayó la importancia de que las promociones participantes sean claras, verificables y accesibles para las y los consumidores, con información suficiente para comparar, decidir y comprar con seguridad.

A su vez, el presidente de la Unión de Secretarios de Turismo de México, ASETUR, Bernardo Cueto Riestra, destacó que las secretarías y los secretarios de Turismo del país se suman a La Gran Escapada 2026 por su capacidad para fortalecer una actividad estratégica para la economía de los estados.

“Desde ASETUR nos sumamos a La Gran Escapada porque representa una oportunidad para fortalecer el turismo, queremos que el impacto del turismo llegue verdaderamente al territorio y que más destinos, comunidades y prestadores de servicios formen parte de esta oportunidad nacional”, agregó.



La plataforma funcionará como un gran escaparate nacional para que las y los viajeros encuentren promociones turísticas confiables, al tiempo que permitirá a las empresas incrementar su visibilidad y acercarse directamente a consumidores con intención de viajar.

Para participar es indispensable contar con el Registro Nacional de Turismo (RNT), mecanismo que brinda mayor certidumbre y confianza a las y los compradores, al garantizar que los prestadores de servicios turísticos cumplen con la normatividad correspondiente.

FUENTE

<https://www.concanaco.org/blog/comunicados-de-prensa-4/la-gran-escapada-el-buen-fin-del-turismo-2026-impulsara-una-derrama-economica-superior-a-44-mil-mdp-con-ofertas-para-viajar-por-mexico-1793>



Viviendas turísticas generan derrama económica de 679 mdp en México; impulsan consumo local.

Publicado: el 13 de mayo 2026.

Por: Roberto Valadez

Este aspecto se debe a que se motiva a los viajeros a consumir en las comunidades que visitan.

La Asociación Mexicana de Viviendas Turísticas (Amvitur) informó que su concepto de alojamiento genera una derrama económica estimada en 679 millones de pesos al año, debido a la adquisición de bienes y servicios, al tiempo que impulsan un modelo más integrado con las comunidades locales.

“A diferencia del hospedaje tradicional, las viviendas turísticas no cuentan con servicios internos como restaurantes, cafeterías o tiendas locales, lo que motiva a las y los huéspedes a consumir en negocios de barrio”, afirmó Sean Cázares Ahearne, director general de Amvitur

El directivo indicó que, por cada peso gastado en una vivienda turística, los visitantes destinan aproximadamente cuatro pesos adicionales a actividades de ocio, compras, alimentos, restaurantes y transporte, fortaleciendo así la economía de las comunidades donde se hospedan.

Derrama económica llegará al comercio de comunidades

Cázares Ahearne afirmó que el organismo impulsa una estrategia de hospitalidad moderna y coordinada rumbo a la Copa Mundial de la FIFA 2026, destacando que las viviendas turísticas pueden convertirse en un vehículo para que la derrama económica y los beneficios de este megaevento permanezcan en las comunidades locales bajo el concepto #LaCopaSeQuedaAquí.

La asociación señaló que México enfrentará una demanda extraordinaria de hospedaje durante el Mundial, particularmente en la Ciudad de México, por lo que considera fundamental aprovechar toda la cadena de hospitalidad disponible para fortalecer la experiencia de las y los visitantes.

"Las viviendas turísticas permitirán que la experiencia del Mundial no se concentre únicamente en corredores turísticos tradicionales. La derrama económica de las viviendas turísticas llegará a cafeterías, mercados, comercios y servicios de distintos barrios y comunidades. Ahí es donde #LaCopaSeQuedaAquí", señaló.

Preparan estrategia para incitar a visitantes a consumir local

El director general de la organización destacó que se tiene una estrategia para que los anfitriones brinden recomendaciones a los huéspedes para consumir local durante este megaevento, lo cual generará beneficios económicos al



incrementar el gasto en comunidades que tradicionalmente quedan fuera de los corredores hoteleros convencionales.

"Esto permitirá que pequeños comercios, restaurantes, servicios y economías de barrio también participen en la derrama turística generada por eventos globales como el Mundial", indicó el directivo.

FUENTE

<https://www.milenio.com/negocios/viviendas-turisticas-generan-derrama-economica-679-mdp-mexico>

Obtienen resultados satisfactorios de promoción turística en Brasil al fortalecer la promoción y conectividad internacional de la Ciudad de México.

Publicado: el 13 de mayo 2026.

Con una agenda estratégica se lograron 58 citas de negocios • La delegación capitalina impulsó la promoción del programa Stopover de Aeroméxico

Durante la participación de la Ciudad de México en ILTM Latin America, uno de los encuentros más relevantes del turismo de lujo a nivel internacional, la capital del país consolidó importantes avances en materia de conectividad aérea, promoción turística y posicionamiento internacional, mediante una agenda estratégica que incluyó 58 citas de negocio con actores clave de la industria turística global.

Como parte central de la agenda, la delegación capitalina impulsó la promoción del programa Stopover de Aeroméxico, una estrategia que permitirá a pasajeros internacionales permanecer hasta siete noches en la Ciudad de México antes de continuar hacia su destino final, fortaleciendo así la llegada de visitantes, el consumo turístico y la proyección internacional de la capital.

Esta iniciativa representa una oportunidad estratégica para consolidar a la Ciudad de México como el principal hub turístico y de conectividad de América Latina, al incentivar una mayor derrama económica y ampliando la permanencia de viajeros internacionales en la capital.

Asimismo, se llevaron a cabo reuniones de trabajo con representantes de Copa Airlines, la Asociación Brasileña de Agencias de Viajes (ABAV), la Secretaría de Turismo de São Paulo, integrantes de la comunidad LGBTQ+ y funcionarios del Museo Pelé, con el objetivo de generar nuevas alianzas de promoción y lograr la presencia constante de la Ciudad de México en mercados prioritarios de Sudamérica.

Entre los encuentros más relevantes destacó la reunión estratégica con Mónica Tenda Afonso, Country Manager de Copa Airlines en Brasil, donde se abordaron acciones conjuntas para fortalecer la conectividad aérea y la promoción turística internacional de la capital mexicana.

Derivado de este encuentro, se plantearon diversas iniciativas de colaboración, entre las que destacan:

Promoción internacional de la nueva visa electrónica implementada por México desde febrero pasado, la cual facilita y agiliza el ingreso de visitantes brasileños al país.

Realización de webinars y capacitaciones para agencias de viajes brasileñas.

Organización de viajes de familiarización (Fam Trips) para tour operadores y medios especializados.



Acciones de promoción conjunta para incrementar el flujo turístico hacia la Ciudad de México.

La implementación de la visa electrónica representa un paso estratégico para fortalecer el intercambio turístico entre México y Brasil, al facilitar los procesos de viaje y mejorar la competitividad del destino ante uno de los mercados emisores más relevantes de América Latina.

Brasil se ha consolidado como uno de los mercados prioritarios para la Ciudad de México, al ubicarse actualmente dentro del top 10 de países emisores de turistas internacionales hacia la capital. Este crecimiento refleja el interés creciente del mercado brasileño por la oferta cultural, gastronómica, de entretenimiento y conectividad que ofrece la ciudad, así como el fortalecimiento de las relaciones turísticas entre ambos destinos.

Paralelamente, la delegación sostuvo entrevistas con medios especializados y líderes de la industria turística, con el propósito de fortalecer la difusión internacional de la oferta turística capitalina y abrir nuevas oportunidades de cooperación.

La Ciudad de México destacó ante el mercado internacional por su amplia conectividad aérea, infraestructura turística, riqueza cultural, oferta gastronómica y experiencias únicas, atributos que la consolidan como uno de los destinos urbanos más competitivos y dinámicos del mundo!

En materia gastronómica, la capital del país continúa fortaleciendo su prestigio internacional al contar actualmente con más de 80 distinciones otorgadas por la Guía Michelin, reconocimiento que reafirma a la Ciudad de México como uno de los destinos culinarios más importantes del continente y un referente global de la alta cocina, la tradición y la innovación gastronómica.

Durante las actividades de promoción también se resaltó la relevancia internacional de eventos emblemáticos como el Formula 1 Gran Premio de la Ciudad de México, las celebraciones de Día de Muertos y la creciente proyección global de la gastronomía capitalina, elementos que continúan posicionando a la ciudad como un referente turístico internacional.

A través de estas alianzas estratégicas y acciones de promoción internacional, el Gobierno de la Ciudad de México continúa fortaleciendo la llegada de visitantes, la conectividad aérea y el posicionamiento global de la capital como un destino cultural, turístico y gastronómico de clase mundial.

De acuerdo con la visión de la Jefa de Gobierno, Clara Brugada Molina, y en coordinación con Alejandra Frausto Guerrero, desde el Instituto de Promoción Turística se continúa trabajando para impulsar a la Ciudad de México hacia nuevos horizontes de desarrollo, conectividad y proyección internacional, afirmó Jennie Shrem Serur.

DATOS DUROS



- Con una agenda estratégica se lograron 58 citas de negocios • La delegación capitalina impulsó la promoción del programa Stopover de Aeroméxico.
- Brasil se ha consolidado como uno de los mercados prioritarios para la Ciudad de México, al ubicarse actualmente dentro del top 10 de países emisores de turistas internacionales hacia la capital.

FUENTE

<https://www.turismo.cdmx.gob.mx/comunicacion/nota/obtienen-resultados-satisfactorios-de-promocion-turistica-en-brasil-al-fortalecer-la-promocion-y-conectividad-internacional-de-la-ciudad-de-mexico>