



**Opinión por Vicente Gutiérrez Camposeco / Vital impulsar crecimiento económico de México.**

Publicado: el 19 de mayo 2026.

Por: Vicente Gutiérrez Camposeco

A pesar de las circunstancias que han disminuido el crecimiento en los últimos años, es vital para México impulsar su crecimiento y busca fortalecer su economía a través de políticas económicas, hacendarias, financieras y comerciales responsables.

De acuerdo con los principales indicadores reportados por el Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI) y el Banco de México (Banxico), impulsar el crecimiento económico de México es vital. Cuyo informe detalló que entre marzo de 2025 y marzo de 2026, la inflación anual se ubicó en 4.59 %, mientras que el Producto Interno Bruto (PIB) registró una variación de 1.8 % respecto al año anterior.

Con el objeto de propiciar una mayor tasa de crecimiento, me parece importante que el gobierno de nuestra querida nación deba priorizar en incrementar el gasto en inversión en infraestructura, reconfiguración de las cadenas globales de valor y un mayor desarrollo económico de la región sur del país.

Es decir, llevar a cabo una asignación más eficiente de recursos, un mayor retorno a la inversión y una mayor eficiencia en la combinación de los factores de producción, fomentados a través de la estrategia de pacificación, la reducción de la violencia, la lucha contra la corrupción y, en general, el fortalecimiento del estado de derecho.

**México enfrenta previsiones de crecimiento económico moderado en 2026**

Para ponderar la expectativa que tiene para México el IIF, la mayor asociación de instituciones financieras globales, basta recordar las previsiones más bajas de crecimiento para el 2026 las traen Banco Base y Banca Mifel, que es de 0.8 % y BNP Paribas, que como el IIF, espera un avance de 0.9 % en el PIB. Un desempeño que dista mucho de 2.3 % que espera el gobierno mexicano y bajo el que calcularon el Presupuesto de Egresos de la Federación.

México es una economía con especial fortaleza en el sector terciario. En el 1.er Trimestre de 2026, este sector representó el 60.47 % del PIB, seguido por el sector secundario con el 30.52 % del PIB y el sector primario con el 3.40 % del PIB. La estrategia de desarrollo económico del Gobierno de México permitirán fortalecer este crecimiento, la cual contempla:

- El fortalecimiento del consumo por el efecto de los programas sociales y una mayor inclusión financiera.



- El impulso a la inversión privada en infraestructura y sectores estratégicos.
- Una mayor inversión pública.
- El incremento de las exportaciones como resultado de la reconfiguración de las cadenas de valor globales.

Además del PIB, existen otros indicadores que permiten dimensionar como es el crecimiento de la economía mexicana. Entre ellos se encuentran el empleo, la inflación y métricas de desarrollo social. Bajo este contexto, la tasa de desocupación se ubicó en 2.7 % de la población económicamente activa, lo que sugiere un mercado laboral relativamente estable, aunque con retos en materia de informalidad, calidad del empleo y competitividad salarial.

Analistas coinciden en que, si bien el crecimiento económico se mantiene positivo, el reto para México será mantener el control de la inflación, en un entorno global aún marcado por la incertidumbre económica. Por otro lado, las perspectivas apuntan a un crecimiento moderado, condicionado por factores externos como la desaceleración global y las condiciones financieras internacionales, así como por variables internas como el consumo y la política económica.

#### Diferencias entre crecimiento y desarrollo económico en debate actual

La definición de “desarrollo económico”, se basa en la transformación de las estructuras económicas para satisfacer las necesidades de la población, asegurándole un mayor bienestar general. El “crecimiento económico”, por su parte, trata del aumento de la renta y del valor de los bienes y servicios, del incremento de la producción de un país o de una población.

Esas dos definiciones presentan grandes similitudes, pero también grandes diferencias. Desarrollo y crecimiento van de la mano, pero guardando cada uno su propio espacio. La lucha y la preocupación por lograr tanto el crecimiento como el desarrollo continúa, aún en tiempos tan tormentosos como los del presente.

En este mismo orden de ideas, a pesar de que se ha debatido mucho sobre los dos términos, todavía persisten imprecisiones y ambigüedades que han sido advertidas por académicos de relevancia mundial. Es importante destacar, que la aplicación del diagrama de Pareto, para entender la esencia de los dos términos, puede contribuir a orientar a las personas que tienen a su cargo la toma de las grandes decisiones en política económica, centrándolos en lo básico o “vital”, para procurar un mayor grado de satisfacción general y de bienestar para la población, especialmente para los sectores más desprotegidos de la sociedad.

#### **FUENTE**

<https://oem.com.mx/la-prensa/analisis/opinion-por-vicente-gutierrez-camposeco-vital-impulsar-crecimiento-economico-de-mexico-30060638>

## **El Museo del Prado aterriza en México para conocer a su comunidad digital.**

Publicado: el 19 mayo 2026.

Por. Armando G. Tejeda.

Después de España, es la audiencia de internautas más grande con 750 mil asiduos a sus contenidos en redes sociales // El encuentro será hoy en el Colegio de San Ildefonso.

Madrid. El Museo del Prado es quizá la pinacoteca del mundo más revolucionaria y transgresora en sus redes sociales. Velázquez, Goya, *El Greco* o *El Bosco* se propagan en el universo infinito de la red digital mediante contenidos desenfadados, alejados de solemnidad, con un lenguaje cercano y directo, un juego de cámara vanguardista y juvenil, con el único afán de acercar el gran legado artístico y cultural al mayor número de personas posible.

Así han hecho gracias a su equipo en redes sociales, que dirige Javier Sainz de los Terreros, y a una de las personas asiduas en sus contenidos, la historiadora del arte Paloma Málaga, quienes además decidieron romper la barrera digital y acudir a México para tener un contacto cuerpo a cuerpo con la comunidad cibernética de nuestro país.

La elección no es baladí, ya que México es, después de España, el país con el mayor número de internautas que siguen de forma cotidiana al Museo del Prado, con una cifra de 750 mil internautas asiduos a las explicaciones sobre *Las pinturas negras*, de Goya, o sobre los secretos de *Las meninas*.

Hace meses, el equipo de redes sociales del recinto logró un hito: ser galardonado en los prestigiosos Premios Webby, referencia internacional en cuanto a comunidad digital, que se entregan cada año en Nueva York.

La propuesta premiada, titulada *The Prado Museum: Bringing Humanity to the Digital Cultural Space*, distinguió una estrategia basada en la calidad de los contenidos, la conversación con la comunidad y presencia diaria y coherente en plataformas como Instagram, Facebook, TikTok y X, desde las que el museo comparte arte y conocimiento con la audiencia global.

El principal responsable de ese éxito es Sainz de los Terreros, quien explicó a *La Jornada* algunas de las claves de que se hayan convertido en referente en el diálogo fluido y masivo con los internautas, algo que no ha logrado ningún museo similar del resto del mundo.

La elección de México como primer destino para hacer contacto se debe a la enorme respuesta de la comunidad digital de ese país con sus contenidos. “Tenemos una comunidad muy fiel que cada día se conecta desde diferentes partes del mundo, por eso creemos que es muy importante sacar el museo de las paredes físicas. Y, claro, después de la gente de España, la segunda comunidad más numerosa es México, donde tenemos 750 mil personas que nos



siguen de forma más o menos constante, pero siempre de forma habitual, incluso muchos de ellos todos los días”.

Los contenidos del Museo del Prado son variados y constantes y siempre afines a la plataforma en la que emiten. Por ejemplo, un video explicativo de 15 minutos o más suele tener un público más numeroso en Facebook o Instagram, mientras las “píldoras” más fugaces, de menos de un par de minutos, en las que se dan algunas pinceladas de algún cuadro o de una exposición, suelen tener público más afín en TikTok.

“Queremos conocer sus historias”

Una de las caras más admiradas y reconocible de estos contenidos es Paloma Málaga, historiadora del arte y responsable del área de Educación de la pinacoteca, además de tener una estrecha relación con los Amigos del Museo del Prado, integrado por personas que ayudan a la institución con fondos para proyectos de interés, ya sea la restauración de un cuadro o, incluso, los viajes divulgativos sobre lo que ocurre puertas adentro del recinto.

Paloma Málaga relató: “vamos a México para devolver tanto calor e interés por lo que hacemos, para conectar con ellos, pero desde la Ciudad México, explicar lo que hacemos, repasar partes de nuestro día a día, y sobre todo en México, donde tenemos un montón de imágenes de seguidores que nos han mandado historias muy bonitas sobre su relación con el Prado mediante la plataforma digital”.

Sainz de los Terreros agregó que durante su viaje a México también quieren “hablar de la relación del museo con México, porque ha habido exposiciones, pero también becarios han pasado por él; sobre todo, queremos escuchar a nuestra comunidad digital para conocer mejor sus historias”.

Algunos de los videos o contenidos que suben a las redes sociales suelen tener más de un millón de visualizaciones, un hito para una institución cultural.

Buena parte de esos impactos proceden de internautas mexicanos, de ahí que desde el equipo de redes le den la máxima importancia al encuentro que mantendrán hoy en el Colegio de San Ildefonso de la Ciudad de México.

### **FUENTE**

<https://www.jornada.com.mx/2026/05/19/cultura/a02n1cul>

## **Explore México impulsa la oferta de viajes del país.**

Publicado: el 19 de mayo 2026.

Por: Patricia Ortega

Explore México se presentó en el Tianguis Turístico, edición 50, como herramienta digital nacional.

La digitalización de la oferta turística en México avanza con el lanzamiento de Explore México, una aplicación que busca concentrar, en una sola plataforma, la planeación, contratación y operación de servicios para viajeros nacionales e internacionales.

El proyecto, desarrollado por Simplicity y promovido por la Secretaría de Turismo federal, nace con la intención de reducir la dispersión de información, facilitar la compra de servicios y ampliar la visibilidad de empresas turísticas, desde grandes operadores hasta pequeños negocios locales.

José Salas explicó que la aplicación utilizará inteligencia artificial para diseñar planes de viaje de acuerdo con el presupuesto, los intereses y las necesidades de cada usuario. La herramienta incluye una asistente virtual llamada María, que orientará al turista en la selección de vuelos, hoteles, renta de autos, paquetes, actividades culturales y experiencias gastronómicas.

### **Oferta integrada**

Para el sector, el valor económico de la plataforma está en su capacidad para reunir proveedores, destinos y comercios en un mismo ecosistema digital. La aplicación contempla la participación de aerolíneas, hoteles, operadores turísticos, empresas de transporte, restaurantes y servicios locales.

El proyecto también busca incorporar a los 177 Pueblos Mágicos, lo que permitiría ampliar la derrama turística hacia destinos con menor exposición comercial frente a los grandes polos vacacionales.

La plataforma operará con esquemas de pago seguros, alianzas con proveedores y un modelo de comisiones distribuido entre los participantes, concluyó.

### **DATOS DUROS**

- El proyecto también busca incorporar a los 177 Pueblos Mágicos, lo que permitiría ampliar la derrama turística hacia destinos con menor exposición comercial frente a los grandes polos vacacionales.

### **FUENTE**

<https://www.eleconomista.com.mx/los-especiales/explore-mexico-impulsa-oferta-viajes-pais-20260519-814040.html>



## **Pagos globales ganan terreno en hospitalidad.**

Publicado: el 19 de mayo 2026.

Por: Patricia Ortega

Nuvei busca reducir fricción en pagos digitales para hoteles, aerolíneas y restaurantes.

La digitalización del turismo ya no sólo pasa por la reserva de vuelos, hoteles o experiencias. También avanza en el momento clave de la transacción: el pago. En un mercado donde los viajeros compran desde distintos países, usan diversas divisas y esperan procesos rápidos, la seguridad financiera se vuelve parte de la experiencia.

Nuvei, compañía global de procesamiento de pagos con presencia en México y en más de 150 países, busca atender a empresas de hospitalidad, como hoteles, restaurantes, aerolíneas, tour operadores y proveedores de servicios turísticos, que necesitan cobrar a clientes nacionales e internacionales.

Francisco León, senior developer manager en Nuvei México, dijo que el objetivo es ofrecer un canal seguro, eficiente y con menos fricción para pagos con tarjetas de crédito, débito y métodos alternativos.

Explicó que la protección de datos bancarios es uno de los ejes del modelo. Nuvei cuenta con certificación PCI, estándar que avala el procesamiento seguro de información sensible. Con ello, hoteles y restaurantes reducen la carga de almacenar datos financieros y pueden concentrarse en la atención al cliente.

### **FUENTE**

<https://www.eleconomista.com.mx/los-especiales/pagos-globales-ganan-terreno-hospitalidad-20260519-814041.html>



## **Empresas frente a la crisis del agua: evolución del modelo que ya ahorró 750 millones de litros.**

Publicado: el 18 de mayo 2026.

Por: Branded Content

Tras años de excelentes resultados que consolidaron al Distintivo Hotel Hidro Sustentable como un programa sin precedentes en la promoción de buenas prácticas para la gestión eficiente del agua dentro del sector turístico mexicano, esta iniciativa evoluciona y amplía su alcance hacia un nuevo modelo multisectorial que, además del sector hotelero, integrará a industrias clave como los restaurantes, hospitales e instituciones educativas, ahora bajo la denominación de “Distintivo Hidro Sustentable”, fortaleciendo así su compromiso en el combate al creciente estrés hídrico en México.

La gestión eficiente del agua empieza a redefinir la operación de las empresas en México. Ante este panorama, modelos que combinan sostenibilidad y ahorro económico avanzan como respuesta a una crisis que ya impacta en la actividad productiva.

En este escenario, las iniciativas de eficiencia hídrica comenzaron a ganar terreno no sólo como respuesta ambiental, sino como una estrategia de operación, ahorro y resiliencia.

En el sector privado, uno de los ejemplos más representativos ha sido el Distintivo Hotel Hidro Sustentable, iniciativa impulsada por Fundación Helvex y la Alianza por la Sustentabilidad Hídrica en el Turismo, que evolucionó de un programa enfocado exclusivamente en hoteles a un modelo multisectorial de sostenibilidad con alcance nacional, ahora bajo la denominación de Distintivo Hidro Sustentable.

“El agua es un reto compartido que exige soluciones integrales. La evolución hacia el Distintivo Hidro Sustentable representa un paso natural para llevar este modelo probado a otros sectores con alto consumo de agua en los que podemos generar impactos medibles y sostenibles”, señaló Gilberto Alcaraz, director de Asuntos Corporativos de Grupo Helvex.

### **El modelo que nació en el sector hotelero**

Creado en 2011, el programa nació para llenar un vacío en el sector hotelero, donde la sustentabilidad apenas comenzaba a ganar espacio en el sector empresarial.

Desde su origen, el modelo combinó capacitación, diagnósticos técnicos, herramientas de administración ambiental, monitoreo de indicadores y acompañamiento especializado, con la intención de transformar la operación hídrica de los hoteles.



Con el paso de los años, el modelo demostró que la sostenibilidad también puede traducirse en beneficios económicos. Conforme los hoteles implementaron medidas de eficiencia hídrica, comenzaron a registrar reducciones en costos operativos, modificando la percepción empresarial sobre la sustentabilidad.

De acuerdo con información pública de Fundación Helvex, el programa ha capacitado a establecimientos para alcanzar reducciones de alrededor de 30% en su consumo de agua y consolidó un enfoque empresarial de la sostenibilidad incluso antes de que conceptos como ESG o resiliencia hídrica se generalizaran en el entorno corporativo.

Mientras en sus primeros años el crecimiento fue gradual, hacia su edición 2025 alcanzó resultados históricos: 183 hoteles de cinco cadenas obtuvieron el distintivo y generaron un ahorro conjunto superior a 335 millones de litros de agua, superando los 25 millones de pesos en ahorros económicos.

En total, cerca de 700 hoteles han participado en el proceso y casi 500 han sido reconocidos, con un ahorro acumulado superior a 750 millones de litros de agua a nivel nacional.

Los hoteles participantes redujeron 17% su consumo de agua respecto a 2024 y alcanzaron un promedio cercano a 300 litros diarios por huésped, lo que representa una disminución aproximada de 60 litros por persona.

#### Hacia un modelo multisectorial

Después de una década de operación y diez ediciones, Grupo Helvex y Fundación Helvex anunciaron en mayo de 2026 la evolución del programa hacia el nuevo Distintivo Hidro Sustentable, una plataforma multisectorial diseñada para extender este modelo a otras industrias intensivas en agua.

Entre los nuevos sectores prioritarios se encuentran restaurantes, hospitales e instituciones educativas, actividades con elevados niveles de consumo hídrico. De acuerdo con datos del programa, un restaurante puede utilizar hasta 5,000 litros de agua diarios; un hospital alrededor de 30,000 litros al día; y una institución educativa cerca de 100,000 litros mensuales.

La apuesta consiste en llevar a estas organizaciones herramientas de monitoreo, tecnologías eficientes, sistemas de gestión ambiental y estrategias de mejora continua que permitan reducir el consumo, costos y vulnerabilidad operativa frente al estrés hídrico.

La evolución del Distintivo ocurre en un momento especialmente preocupante para México, donde la presión sobre los recursos hídricos seguirá creciendo por efecto del cambio climático, la urbanización y la demanda industrial.

En un país donde el agua dejó de ser sólo un recurso ambiental para convertirse en un activo estratégico, la capacidad de medir, ahorrar y gestionar mejor su uso podría marcar una diferencia decisiva para la competitividad de las empresas en los próximos años.



<https://fundacionhelvex.org/>

### **DATOS DUROS**

- Empresas frente a la crisis del agua: evolución del modelo que ya ahorró 750 millones de litros.
- De acuerdo con información pública de Fundación Helvex, el programa ha capacitado a establecimientos para alcanzar reducciones de alrededor de 30% en su consumo de agua.
- 183 hoteles de cinco cadenas obtuvieron el distintivo y generaron un ahorro conjunto superior a 335 millones de litros de agua, superando los 25 millones de pesos en ahorros económicos.
- En total, cerca de 700 hoteles han participado en el proceso y casi 500 han sido reconocidos, con un ahorro acumulado superior a 750 millones de litros de agua a nivel nacional.
- Los hoteles participantes redujeron 17% su consumo de agua respecto a 2024 y alcanzaron un promedio cercano a 300 litros diarios por huésped, lo que representa una disminución aproximada de 60 litros por persona.
- De acuerdo con datos del programa, un restaurante puede utilizar hasta 5,000 litros de agua diarios; un hospital alrededor de 30,000 litros al día; y una institución educativa cerca de 100,000 litros mensuales.

### **FUENTE**

<https://www.eleconomista.com.mx/empresas/empresas-frente-tesis-agua-evolucion-modelo-ahorro-750-millones-litros-20260518-814073.html>



## **Plataforma en línea busca resolver fricciones en la experiencia del viajero.**

Publicado: el 18 de mayo 2026.

Por: Patricia Ortega

La infraestructura turística evoluciona hacia modelos digitales que integran información, asistencia y coordinación, con impacto directo en el gasto, la estancia, la reputación y la competitividad de los destinos en mercados globales.

El turismo en México enfrenta una transición. Más allá de aeropuertos, carreteras y oferta hotelera, el reto se traslada a una capa menos visible: la infraestructura digital que sostiene la experiencia del visitante. En este contexto surge Mexico Travel Smart, una plataforma que busca centralizar información, asistencia y resolución de problemas en tiempo real.

En entrevista con El Economista, Luis Miguel Ramírez Ruggeberg, director la plataforma digital, plantea que el crecimiento del sector exige nuevos modelos de coordinación. “Hoy el turista no solo evalúa destinos por su oferta, sino por la capacidad de respuesta ante imprevistos”, explica.

Las cifras respaldan la urgencia. México recibió casi 48 millones de turistas internacionales en 2025 y el sector representa cerca del 8.7% del PIB, de acuerdo con el INEGI. El volumen expone fallas estructurales: información fragmentada, riesgos financieros y falta de asistencia inmediata.

### **Fricción a conversión**

Un diagnóstico de LHO identificó los principales puntos de fricción en la experiencia del visitante: movilidad, confianza en servicios, integración de la oferta y atención ante emergencias. El impacto es directo en el gasto turístico.

Ramírez Ruggeberg sostiene que la plataforma opera como una capa de coordinación. “No sustituye la infraestructura existente, la hace más eficiente”, afirma. El modelo integra servicios como asistencia legal, orientación consular, transporte y hospedaje confiable.

La lógica es económica. Reducir la incertidumbre incrementa la probabilidad de gasto, amplía la estancia y diversifica los destinos visitados. En términos operativos, la plataforma también permite canalizar incidencias hacia actores legítimos, reduciendo costos y tiempos de respuesta.

### **Escalar con certeza**

Explicó que el desarrollo de soluciones digitales en turismo no es aislado. Eventos como FITUR 2026 han colocado la innovación y la digitalización como ejes de competitividad global. En ese entorno, México busca posicionarse no solo por sus destinos, sino por su capacidad operativa.



Para Ramírez Ruggeberg, el siguiente paso del turismo es escalar la certeza. “La confianza se construye en cada interacción. Si falla, el destino pierde valor”, señala.

La plataforma también abre una dimensión estratégica: la generación de datos sobre fricciones reales del turista. Esta información puede orientar políticas públicas y decisiones de inversión privada, alineando mejor la infraestructura física con las necesidades del visitante.

En la antesala de la Copa Mundial de la FIFA 2026, donde México será uno de los países sede, la presión sobre la operación turística se intensificará. “La llegada masiva de visitantes exigirá no solo capacidad instalada, sino coordinación, información confiable y respuesta inmediata ante incidencias”.

En ese contexto, plataformas como Mexico Travel Smart pueden convertirse en un soporte clave para gestionar la experiencia del viajero, reducir fricciones y capitalizar el flujo turístico en términos de gasto, permanencia y reputación del destino, concluyó Ramírez.

### **DATOS DUROS**

- Las cifras respaldan la urgencia. México recibió casi 48 millones de turistas internacionales en 2025 y el sector representa cerca del 8.7% del PIB, de acuerdo con el INEGI.

### **FUENTE**

<https://www.eleconomista.com.mx/los-especiales/plataforma-linea-busca-resolver-fricciones-experiencia-viajero-20260518-814034.html>



## **Tourmundial centra esfuerzos en sus bases sólidas de México y Chile.**

Publicado el 18 de mayo 2026.

Tourmundial apuesta por una estrategia selectiva y prudente para penetrar de manera progresiva en el mercado latinoamericano. Según ha podido saber *Preferente*, el turoperador de Viajes El Corte Inglés ha decidido centrar sus esfuerzos en los dos países donde ya cuenta con una base sólida, como son México y Chile, antes de embarcarse en nuevas aventuras en el continente (Viajes El Corte Inglés da el salto a México y Chile con Tourmundial).

La mayorista, que inició su expansión al otro lado del Atlántico hace justamente un año, intenta así ganar tracción sin asumir grandes riesgos en una región con alto potencial pero también con grandes particularidades, priorizando la rentabilidad y la consolidación frente a una expansión acelerada.

En este contexto, el plan inicial, que contemplaba el desembarco en mercados como Colombia, ha quedado, por el momento, en stand by hasta que alcancen un mayor grado de madurez los proyectos puestos en marcha en México y Chile.

Ambos países presentan, además, ventajas competitivas claras para Tourmundial. Y es que se trata de los dos países de América Latina donde Viajes El Corte Inglés cuenta con mayor implantación de agencias propias. En México dispone de 106 puntos de venta, el 65% del total de oficinas que tiene en todo el continente americano (162), mientras que en Chile suma 19.

Fuentes expertas consultadas por *Preferente* explican que la prioridad de Tourmundial en la región es construir una base sólida que sirva de plataforma para futuros desarrollos, siempre con una inversión contenida y un enfoque progresivo

### **FUENTE**

<https://www.reportur.com/agencias/2026/05/18/tourmundial-centra-esfuerzos-en-sus-bases-solidas-de-mexico-y-chile/>



## **México: otro golpe al prestigio turístico con 10 muertos en Puebla.**

Publicado: el 18 mayo 2026.

Al menos 10 personas, incluida una menor de edad, fallecieron este domingo tras un ataque armado en el municipio de Tehuiztingo, en el estado de Puebla, en el centro de México, suponiendo un nuevo golpe al prestigio turístico de México por su inseguridad.

Entre las 10 víctimas mortales hay seis hombres, tres mujeres y una menor, “quienes presuntamente fueron atacadas por sujetos armados” durante la madrugada cuando hombres armados irrumpieron en una vivienda y atacaron a una familia aparentemente vinculada al sector del transporte en la región.

El estado de Puebla viene sufriendo episodios de violencia armada, algunos de ellos vinculados a actividades del crimen organizado, como en diciembre de 2024, cuando tres hombres murieron linchados por pobladores en Atzitzihuacán, y en junio de 2016, con un ataque armado durante un partido de béisbol en Acatzingo causó cuatro muertos.

Como viene revelando *REPORTUR.mx*, el turismo viene padeciendo directamente esta violencia, como con hallazgo sin vida de Manuel Grajales, hotelero de 90 años que fue “reportado como privado de su libertad” el pasado 1 de septiembre, y encontrado en una zona rural del municipio de la Candelaria (Hallan muerto al hotelero Manuel Grajales, secuestrado en Campeche).

También cabe recordar que un ataque armado en el centro de Cancún dejó como saldo la muerte de Mario Machuca Sánchez, líder sindical de la Confederación Revolucionaria de Obreros y Campesinos (CROC) y exdiputado federal.

### **FUENTE**

<https://www.reportur.com/mexico/2026/05/18/mexico-otro-golpe-al-prestigio-turistico-con-10-muertos-en-puebla/>

## **Viva sufre desplome del pasaje de un 7.1% en un solo mes.**

Publicado: el 18 de mayo 2026.

Viva anunció sus resultados preliminares de tráfico correspondientes a abril de 2026. Este mes, el tráfico de pasajeros disminuyó 7.1% comparado con abril de 2025, alcanzando 2.3 millones de pasajeros.

Viva disminuyó su capacidad total en asientos por milla disponibles (ASMs) en un 7.8% con respecto a abril de 2025, reflejando una reducción de 4.6% en la capacidad doméstica y una de 20.8% en la capacidad internacional. El factor de ocupación fue de 84.1%, derivado de factores de ocupación de 85.7% y 76.3% en el mercado nacional e internacional, respectivamente.

“Durante abril, el volumen de pasajeros registró una disminución de 7.1%, con un factor de ocupación de 84.1%. Estos resultados reflejan ajustes proactivos en la capacidad para alinearse con el entorno macroeconómico actual y los precios elevados del combustible. En este contexto, mantenemos nuestro compromiso con un enfoque operativo disciplinado, priorizando la confiabilidad operativa mientras gestionamos la puesta en tierra de motores Pratt & Whitney y monitoreamos de cerca las condiciones de mercado frente a un entorno de cautela del consumidor”, mencionó Juan Carlos Zuazua, director general de Viva.

En el acumulado de 2026, de enero a abril, Viva ha transportado 9 millones 262 mil pasajeros, un leve descenso de 1% respecto al mismo periodo de 2025, cuando movilizó 9 millones 353 mil viajeros.

Como lo informó *REPORTUR.mx*, Viva transportó 2.37 millones de pasajeros durante marzo, lo que representó una caída del 1.6% en comparación con el mismo mes del año anterior. La capacidad total, medida en asientos por milla disponibles (ASMs), se redujo un 2.8%. El mercado internacional experimentó el mayor ajuste con una contracción del 8.2% en la oferta, mientras que la capacidad doméstica disminuyó un 1.6%. (Viva: mercado internacional cayó en más de 8% durante marzo).

### **DATOS DUROS**

- Viva anunció sus resultados preliminares de tráfico correspondientes a abril de 2026. Este mes, el tráfico de pasajeros disminuyó 7.1% comparado con abril de 2025, alcanzando 2.3 millones de pasajeros.
- En un 7.8% con respecto a abril de 2025, reflejando una reducción de 4.6% en la capacidad doméstica y una de 20.8% en la capacidad internacional.
- El factor de ocupación fue de 84.1%, derivado de factores de ocupación de 85.7% y 76.3% en el mercado nacional e internacional, respectivamente.
- Durante abril, el volumen de pasajeros registró una disminución de 7.1%, con un factor de ocupación de 84.1%.



- En el acumulado de 2026, de enero a abril, Viva ha transportado 9 millones 262 mil pasajeros, un leve descenso de 1% respecto al mismo periodo de 2025, cuando movilizó 9 millones 353 mil viajeros.
- Viva transportó 2.37 millones de pasajeros durante marzo, lo que representó una caída del 1.6% en comparación con el mismo mes del año anterior. La capacidad total, medida en asientos por milla disponibles (ASMs), se redujo un 2.8%

**FUENTE**

<https://www.reportur.com/aerolineas/2026/05/18/viva-sufre-desplome-del-pasaje-de-un-7-1-en-un-solo-mes/>



## **STPS, SECTUR y OIT lanzan en México la campaña “Tarjeta Roja al Trabajo Infantil”.**

Publicado: el 18 de mayo 2026.

Comunicado conjunto 20/2026.- Con la participación de representantes de gobierno, empleadores y personas trabajadoras, México lanzó oficialmente la campaña “Tarjeta Roja al Trabajo Infantil.”

- La campaña busca sumar esfuerzos para garantizar entornos libres de explotación infantil y promover el desarrollo integral de la niñez.
- La iniciativa estará activa del 12 de mayo al 12 de julio, periodo durante el cual se impulsarán actividades culturales, deportivas e institucionales para ampliar el alcance del mensaje y convocar a nuevos aliados.

Con la participación de representantes de gobierno, empleadores y personas trabajadoras, México lanzó oficialmente la campaña “Tarjeta Roja al Trabajo Infantil”, una iniciativa global impulsada por la Organización Internacional del Trabajo (OIT) que busca convertir el poder simbólico del deporte en una herramienta de sensibilización y movilización social frente a una de las violaciones de derechos más graves y persistentes en el mundo.

La ceremonia fue encabezada por el secretario del Trabajo y Previsión Social, Marath Baruch Bolaños López, la secretaria de Turismo, Josefina Rodríguez Zamora, y por el director de la Oficina de País de la OIT para México y Cuba, Pedro Américo Furtado de Oliveira.

La campaña “Tarjeta Roja al Trabajo Infantil” fue impulsada originalmente por la OIT hace más de dos décadas y este año fue relanzada a nivel internacional durante la Sexta Conferencia Mundial sobre la Eliminación del Trabajo Infantil, celebrada en Marrakech, espacio en el que gobiernos, organizaciones de empleadores, sindicatos y aliados internacionales renovaron su compromiso para acelerar la acción global.

Las cifras reflejan la magnitud del desafío. De acuerdo con las estimaciones más recientes de la OIT y UNICEF, 138 millones de niñas, niños y adolescentes continúan en situación de trabajo infantil en el mundo, mientras que 54 millones realizan trabajos peligrosos que ponen en riesgo su salud, su integridad y su desarrollo integral.

El secretario del Trabajo y Previsión Social, Marath Bolaños López, destacó que el Gobierno de México mantiene un compromiso firme con la erradicación del trabajo infantil mediante políticas públicas centradas en el humanismo y el bienestar social, en línea con la visión de la presidenta Claudia Sheinbaum Pardo. Asimismo, subrayó que el fútbol y el Mundial de 2026 representan una oportunidad histórica para sensibilizar a la sociedad y enviar un mensaje claro: en México no hay lugar ni tolerancia para el trabajo infantil.



El titular de la STPS enfatizó que la campaña busca sumar esfuerzos entre gobierno, empleadores, sindicatos, organismos internacionales y sociedad civil para garantizar entornos libres de explotación infantil y promover el desarrollo integral de la niñez. Señaló que el país ha logrado avances importantes gracias al fortalecimiento de la educación, los programas sociales, la inspección laboral especializada y la consolidación de marcos jurídicos robustos; sin embargo, reconoció que aún existen retos que exigen redoblar esfuerzos. En ese sentido, hizo un llamado a todos los sectores sociales, incluidos medios de comunicación, deportistas y figuras públicas, a unirse a esta causa para que México sea reconocido no sólo por su pasión futbolera y hospitalidad, sino también por su firme defensa de los derechos de la niñez y la juventud.

La secretaria de Turismo, Josefina Rodríguez Zamora, destacó que el sector trabaja con la Secretaría del Trabajo y Previsión Social para fortalecer la protección de niñas, niños y adolescentes en el turismo, mediante la actualización y digitalización del Código Nacional de Conducta, que amplió su alcance a más prestadores de servicios. Además, señaló que se prepara un protocolo de actuación para prevenir, identificar y atender posibles casos de explotación infantil en destinos turísticos, especialmente rumbo a la Copa Mundial de la FIFA.

“El turismo es el sector de las buenas noticias: genera bienestar y oportunidades, principalmente para jóvenes y mujeres. Estas iniciativas fortalecen la Prosperidad Compartida y el compromiso social del sector. Rumbo a la Copa Mundial, México quiere ser ejemplo de cómo levanta una tarjeta roja frente a cualquier forma de explotación infantil y trabaja para prevenirla”, afirmó.

Por su parte, Pedro Américo Furtado de Oliveira destacó: “La tarjeta roja representa un límite y una decisión colectiva de decir que ciertas realidades no pueden seguir siendo toleradas. Desde México queremos enviar un mensaje claro: el trabajo infantil no tiene cabida en el presente ni en el futuro que queremos construir.”

Como parte del arranque oficial, autoridades y representantes de los tres sectores participaron en una fotografía colectiva mostrando la tarjeta roja, marcando simbólicamente el inicio de la campaña en el país.

La iniciativa estará activa del 12 de mayo al 12 de julio, periodo durante el cual se impulsarán actividades culturales, deportivas e institucionales para ampliar el alcance del mensaje y convocar a nuevos aliados.

También participa el Consejo Ciudadano para la Seguridad y Justicia de la Ciudad de México, que se sumó a esta iniciativa incorporando sus canales de orientación y denuncia, como el número telefónico 5555335533, con el objetivo de fortalecer los mecanismos de prevención, atención y acompañamiento a posibles casos de trabajo infantil.



La invitación para sumarse es sencilla: tomarse una fotografía mostrando la tarjeta roja, compartirla en redes sociales o espacios institucionales, invitar a otra persona u organización a hacer lo mismo y utilizar el hashtag:

#PonerFinalTrabajoInfantilMX

Entre las organizaciones de trabajadores y empleadores que acompañaron este lanzamiento se encuentran CTM, UNT, CROC, CROM, COPARMEX, y CONCAMIN, reflejando el compromiso del diálogo social con la protección de los derechos de la niñez.

La tarjeta roja puede descargarse aquí: <https://www.ilo.org/es/resource/otros/tarjeta-roja-al-trabajo-infantil-mexico> o puede usarse una hoja de color rojo.

La eliminación del trabajo infantil forma parte de los principios y derechos fundamentales en el trabajo, y está respaldada por el Convenio núm. 138 sobre la edad mínima de admisión al empleo y el Convenio núm. 182 sobre las peores formas de trabajo infantil, ambos ratificados por México, lo que compromete al Estado a prevenir, sancionar y erradicar esta práctica.

#### **FUENTE**

<https://www.gob.mx/sectur/articulos/stps-sectur-y-oit-lanzan-en-mexico-la-campana-tarjeta-roja-al-trabajo-infantil?idiom=es>

## **Tlaxcala presenta Temporada de Luciérnagas 2026, un imperdible turístico único de México.**

Publicado: el 18 de mayo 2026.

Comunicado 091/2026.- La secretaria de Turismo del Gobierno de México, Josefina Rodríguez Zamora, y la gobernadora de Tlaxcala, Lorena Cuéllar Cisneros, presentaron la Temporada de Luciérnagas 2026.

- La secretaria de Turismo del Gobierno de México, Josefina Rodríguez Zamora, y la gobernadora de Tlaxcala, Lorena Cuéllar Cisneros, presentaron la Temporada de Luciérnagas 2026, que del 10 de junio al 9 de agosto prevé recibir más de 120 mil visitantes en 23 centros certificados de Nanacamilpa y Calpulalpan, con una derrama económica estimada en 65 millones de pesos.
- Destacaron que este espectáculo natural opera bajo estrictos lineamientos de conservación ambiental, con capacidades de carga reguladas, vigilancia permanente y guías certificados para proteger el hábitat de las luciérnagas.
- Las y los visitantes podrán disfrutar una experiencia integral con avistamiento de luciérnagas, turismo comunitario, gastronomía típica, rutas pulqueras, haciendas, apiturismo, senderismo, glamping y sitios históricos

La secretaria de Turismo del Gobierno de México, Josefina Rodríguez Zamora, y la gobernadora de Tlaxcala, Lorena Cuéllar Cisneros, presentaron la Temporada de Luciérnagas 2026, considerada uno de los imperdibles turísticos del país y una experiencia natural única que solo puede vivirse en los municipios de Nanacamilpa y Calpulalpan.

La titular de la Secretaría de Turismo (Sectur) destacó que esta experiencia posiciona a Tlaxcala como referente nacional en turismo sustentable y comunitario, al combinar conservación ambiental, cultura, gastronomía y actividades ecoturísticas.

“Es algo que debes vivir, único en México y único en Tlaxcala. Son 23 lugares oficiales y certificados donde podrán vivir una noche mágica. De verdad, lo considero un imperdible turístico”, declaró desde las oficinas de Punto México.

Del 10 de junio al 9 de agosto, visitantes nacionales e internacionales podrán disfrutar del espectáculo natural del avistamiento de luciérnagas en 23 centros autorizados y certificados, donde se prevé la llegada de más de 120 mil turistas y una derrama económica estimada en 65 millones de pesos para las comunidades locales.

Por su parte, la gobernadora de Tlaxcala, Lorena Cuéllar Cisneros, destacó que la Temporada de Luciérnagas se ha consolidado como uno de los principales atractivos turísticos y naturales del estado, gracias al fortalecimiento de la infraestructura turística, la apertura de nuevos hoteles y rutas, la diversificación



de experiencias vinculadas con la naturaleza y las condiciones de seguridad que brindan confianza a las y los visitantes nacionales e internacionales.

“Es un patrimonio natural que tiene Tlaxcala y ojalá lo visiten, porque quien llega quiere volver. Hoy contamos con cabañas, hoteles, una gastronomía espectacular y actividades culturales y turísticas para que las familias puedan disfrutar de todo un fin de semana”, expresó.

Rodríguez Zamora añadió que el avistamiento debe realizarse exclusivamente en los centros autorizados, ya que cuentan con lineamientos ambientales, capacidades de carga reguladas y senderos adecuados para proteger el hábitat de las luciérnagas.

“Hago un llamado a respetar los 23 lugares certificados. Si acudimos a sitios no oficiales, podemos dañar a las luciérnagas, porque viven en el suelo y al caminar fuera de los senderos las matamos; es muy importante respetar los horarios y los espacios autorizados”, enfatizó.

Explicó que la certificación de los centros de avistamiento se realiza mediante un trabajo coordinado entre autoridades estatales y federales en materia ambiental, las cuales evalúan lineamientos de reforestación, restauración del bosque, infraestructura y capacidades de carga para garantizar la preservación de este fenómeno natural.

En su oportunidad, el secretario de Turismo de Tlaxcala, Fabricio Mena Rodríguez, señaló que la Temporada de Luciérnagas es uno de los principales atractivos de naturaleza en México, al combinar conservación ambiental y turismo comunitario, mediante centros de avistamiento que operan con reglamentos estrictos, vigilancia permanente y guías certificados.

“La magia de las luciérnagas no sólo ilumina los bosques, también ilumina la vida de muchas familias. Esta temporada genera empleo e impulsa a artesanos, cocineras tradicionales, guías turísticos, productores locales y prestadores de servicios, al tiempo que fortalece nuestro compromiso con la conservación de la naturaleza”, afirmó.

Durante la temporada, las y los visitantes también podrán disfrutar de experiencias complementarias como apiturismo, rutas pulqueras, visitas a haciendas y tinacales tradicionales, gastronomía típica tlaxcalteca, senderismo, ciclismo de montaña, glamping, campismo y hospedaje en cabañas dentro del bosque.

Asimismo, la región ofrece atractivos culturales e históricos como la Zona Arqueológica de Tecoaque, templos históricos, talleres artesanales y espacios de turismo comunitario que fortalecen la economía local e impulsan a Tlaxcala como un destino ecoturístico de México.



Como parte de la estrategia de atención a visitantes y conservación ambiental, el Gobierno del Estado implementará el “Operativo Luciérnaga”, un esquema interinstitucional que contempla vigilancia, atención médica, control de accesos y protección del ecosistema.

### **DATOS DUROS**

- La secretaria de Turismo del Gobierno de México, Josefina Rodríguez Zamora, y la gobernadora de Tlaxcala, Lorena Cuéllar Cisneros, presentaron la Temporada de Luciérnagas 2026, que del 10 de junio al 9 de agosto prevé recibir más de 120 mil visitantes en 23 centros certificados de Nanacamilpa y Calpulalpan, con una derrama económica estimada en 65 millones de pesos.
- Son 23 lugares oficiales y certificados donde podrán vivir una noche mágica. De verdad, lo considero un imperdible turístico”, declaró desde las oficinas de Punto México.
- Del 10 de junio al 9 de agosto, visitantes nacionales e internacionales podrán disfrutar del espectáculo natural del avistamiento de luciérnagas en 23 centros autorizados y certificados, donde se prevé la llegada de más de 120 mil turistas y una derrama económica estimada en 65 millones de pesos para las comunidades locales.

### **FUENTE**

<https://www.gob.mx/sectur/articulos/tlaxcala-presenta-temporada-de-luciernagas-2026-un-imperdible-turistico-unico-de-mexico?idiom=es>

## **Sector obtuvo 111.2 millones de pesos de presupuesto adicional.**

Publicado: el 18 de mayo 2026.

Por: Alejandro de la Rosa

A la fecha, la dependencia cuenta con 846.7 millones de pesos, 15% más de lo planteado, con base en los Informes sobre la Situación Económica, las Finanzas Públicas y la Deuda Pública.

La Secretaría de Turismo recibió durante el primer trimestre del presente año 111.2 millones de pesos adicionales en su presupuesto para el sector central (que incluye a todas sus áreas administrativas), con lo que, a la fecha, cuenta con 846.7 millones, 15% más de lo planteado inicialmente, de acuerdo con los Informes sobre la Situación Económica, las Finanzas Públicas y la Deuda Pública.

Al respecto, este lunes, la titular de la dependencia, Josefina Rodríguez, informó que los recursos agregados se utilizarán para la promoción de los destinos mexicanos. “Son para promoción. Son diferentes cosas. La presidenta Claudia Sheinbaum ha pedido... recuerden que traemos turismo comunitario, pero es para promoción nacional e internacional. Es estrategia de posicionamiento de marca. Lo hacemos en colaboración con los estados, en sus diferentes medios, y el sector privado, como el Consejo Nacional Empresarial Turístico (CNET)... Estaremos en las 23 ferias internacionales”.

Luego de la presentación de la Temporada de luciérnagas 2026 en Tlaxcala, explicó que durante el segundo semestre realizarán road shows en ciudades de Estados Unidos y Canadá (los dos principales mercados emisores de turistas a México), que el 30 de mayo se buscará romper el récord Guinness del mural más grande fútbol en La Paz, Baja California Sur, el cual tendrá fragmentos para escanear, y que el 24 de mayo partirá a China, en visita de dos días, para participar en una feria turística en Shanghái e iniciar una estrategia de promoción que estará vigente un año.

Es gestión, recurso... todo. Ganas. Voluntad.

Sobre los road shows, que el año pasado hicieron junto con la empresa CREA Turismo, filial de CIE, refirió que serán ocho (entre ellos: julio en Montreal y Quebec, agosto en Vancouver, septiembre en Phoenix y octubre en Houston y Dallas) y que a cada uno irán empresarios mexicanos y diversas entidades y destinos con la intención de detonar el turismo aéreo, el cual genera el 82% de las divisas turísticas.

“Son 60 tour operadores especializados en vender México y vamos con cada uno con siete estados. Vamos a los Consulados, cambiamos un poco la forma, pero serán ocho”, agregó la secretaria de Turismo.

La atracción de las luciérnagas



En la presentación de la temporada de Luciérnagas (del 10 de junio al nueve de agosto próximos), Josefina Rodríguez, estuvo acompañada de la gobernadora de Tlaxcala, Lorena Cuéllar, y el encargado de Turismo en la entidad, Fabricio Mena.

Durante dicho periodo se estima que visiten los 23 santuarios autorizados en los municipios de Nanacamilpa y Calpulalpan unas 120,000 personas y se genere una derrama económica superior a los 65 millones de pesos.

“Se trata de un patrimonio natural que tiene Tlaxcala (...) quien llega quiere volver. Hoy contamos con cabañas, hoteles, una gastronomía espectacular y actividades culturales y turísticas para que las familias puedan disfrutar de todo un fin de semana”, comentó la gobernadora.

### **DATOS DUROS**

- Sector obtuvo 111.2 millones de pesos de presupuesto adicional.
- La Secretaría de Turismo recibió durante el primer trimestre del presente año 111.2 millones de pesos adicionales en su presupuesto para el sector central (que incluye a todas sus áreas administrativas), con lo que, a la fecha, cuenta con 846.7 millones, 15% más de lo planteado inicialmente, de acuerdo con los Informes sobre la Situación Económica, las Finanzas Públicas y la Deuda Pública.

### **FUENTE**

<https://www.eleconomista.com.mx/empresas/sector-obtuvo-111-2-millones-pesos-presupuesto-adicional-20260518-814195.html>

## **Aeroméxico anuncia intención de volar a Venezuela.**

Publicado: el 18 de mayo 2026.

Aeroméxico anunció la intención de retomar operaciones hacia Caracas, Venezuela, ampliando las opciones de viaje hacia Sudamérica.

La nueva ruta conectará a la Ciudad de México con el Aeropuerto Internacional de Maiquetía Simón Bolívar, a bordo de equipos Boeing 737 MAX, una de las aeronaves más modernas y eficientes de su flota. El inicio de operaciones está previsto para el mes de octubre de 2026, sujeto a aprobación gubernamental.

“ La intención de retomar la ruta de Caracas representará un paso muy importante para ampliar la red de conectividad de México con Sudamérica, atendiendo la demanda del mercado y refrendar el compromiso de ofrecer más y mejores opciones de viaje”, expresó Giancarlo Mulinelli, Vicepresidente Senior de Ventas Globales en Aeroméxico.

Con la posible reincorporación de este servicio, la aerolínea sumará un total de 10 rutas en la región de Sudamérica, complementando la oferta actual hacia Colombia, Chile, Ecuador, Perú, Brasil y Argentina.

La ruta Ciudad de México – Caracas se encuentra en proceso de evaluación y aprobación por parte de las autoridades correspondientes, por lo que los detalles finales de itinerarios y disponibilidad serán publicados una vez obtenidas las autorizaciones necesarias.

### **FUENTE**

**<https://inversion-turistica.com/2026/05/18/aeromexico-anuncia-intencion-de-volar-a-venezuela/>**



## **Reabre metro Auditorio tras cinco meses de rehabilitación.**

Publicado: el 18 de mayo 2026.

Por: Nayelli Ramírez Bautista

*Ciudad de México.* Tras cinco meses de trabajos de rehabilitación, este lunes reabrió la estación Auditorio de la Línea 7 del Metro, por lo que los trenes retomaron el ascenso y descenso de pasajeros.

El Sistema de Transporte Colectivo (STC) informó que la estación ya opera de manera habitual, luego de permanecer fuera de servicio desde finales de diciembre.

Con la reapertura, quedó restablecido el servicio completo en toda la ruta.

### **FUENTE**

[https://www.jornada.com.mx/noticia/2026/05/18/capital/reabre-metro-auditorio-tras-cinco-meses-de-rehabilitacion?utm\\_source=app\\_android&utm\\_medium=whatsapp&utm\\_campaign=share](https://www.jornada.com.mx/noticia/2026/05/18/capital/reabre-metro-auditorio-tras-cinco-meses-de-rehabilitacion?utm_source=app_android&utm_medium=whatsapp&utm_campaign=share)

## **¡Atención turistas! ¡Ya tenemos guía!**

Publicado: el 17 de mayo 2026.

Por: Álvaro Cuevas

La Ciudad de México es el destino turístico sin playa número uno de todo nuestro país.

Decir esto, justo ahora que México ocupa el sexto lugar de los países más visitados del mundo, no es cualquier cosa.

Lo que se ha conseguido en términos turísticos desde que comenzó la administración de Clara Brugada es histórico, épico. En verdad revolucionario.

Va más allá del Mundial. Tiene que ver con una visión social, con entender al turismo como un derecho, con llevar al turismo a las 16 alcaldías. Es un triunfo.

Pero había un problema y hasta vergüenza me da decirlo: no existía una guía de la Ciudad de México, una buena guía, una guía actualizada.

A diferencia de lo que pasa cuando usted va a París, a Nueva York o a Londres, no existía un libro práctico, con mapas, links ni nada de eso, que orientara a las y los visitantes nacionales e internacionales.

La última vez que tuvimos algo parecido a una guía fue hace 12 años, pero más que una guía de toda la ciudad, era un libro que giraba alrededor de las leyendas del Centro Histórico.

Ayer sábado 16 de mayo, en un evento francamente espectacular, en el Museo Kaluz, Alejandra Frausto, la Secretaria de Turismo del Gobierno de la Ciudad de México, presentó "Guía CDMX". ¡Sí, la primera gran guía de la Capital de la Transformación!

¿En qué me baso para decir que ésta es la primera gran guía? En que aquí sí está toda la Ciudad de México, la ciudad de hoy, con la visión de esta generación.

Es la CDMX diciéndole al mundo: ¡Bienvenidas! ¡Bienvenidos! ¡Quiero que me conozcan! ¡Que me descubran! ¡Que me vivan!

Es un libro hermoso, práctico, que no se moja, que cabe en cualquier bolsa, en cualquier bolsillo, escrito con una pasión admirable por Andrés Semo y con información 100 por ciento actualizada.

Son siete recorridos por más de 160 lugares distribuidos por todos los ángulos de la capital de la nación.



Desde el Zócalo hasta el Parque Ecológico Xochimilco pasando por el Complejo Cultural Los Pinos, la Plaza de las Tres Culturas, el Museo Indígena, el Laboratorio Arte Alameda, el Museo Soumaya, el Museo Jumex, la Casa Museo Guillermo Tovar de Teresa, Fonoteca Nacional, Ciudad Universitaria y la Catedral de San Bernardino de Siena.

Están los lugares emblemáticos. Los de siempre. Pero también están las revelaciones. Los hallazgos. Millones de personas, incluyéndome, vamos a descubrir una Ciudad de México que ni siquiera nos imaginábamos que existiera.

Gran aportación del Gobierno de la Ciudad de México, de la Secretaría de Turismo de la Ciudad de México, del Fondo Mixto de Promoción Turística de la Ciudad de México, del Instituto de Promoción Turística de la Ciudad de México y la editorial Arquine, entre muchas, muchísimas otras instancias.

¡No me quiero imaginar el trabajo de investigación! ¡No me quiero ni poner a pensar en lo que implicó diseñar cada recorrido, elegir cada espacio, escribir cada texto, tomar cada fotografía!

Estamos hablando de una ciudad donde hay de 3 mil a 5 mil actividades diarias dependiendo de la temporada.

De un espacio con 60 mil restaurantes, que tan sólo en los últimos dos años ha recibido 80 menciones de la Guía Michelin, que tiene una taquería a menos de cinco minutos de cualquier punto.

“Guía CDMX” es el sueño de cualquier turista nacional e internacional, de las 800 mil familias que viven del turismo en alguna de sus muchísimas manifestaciones, de todas y todos los prestadores de servicios turísticos.

Está en español y en inglés. Es muy fácil de seguir, de consultar y viene acompañada de un montón de aportaciones.

Desde un dato curioso por cada página, por cada espacio, hasta tres recorridos que Capital Bus va a comenzar a hacer en junio pasando por códigos QR, horarios, transporte público y más, mucho más.

Esto no se hizo por el Mundial. Se hizo porque se tenía que hacer. Por la más elemental justicia. Por la más elemental justicia social y turística.

Pero le va a servir mucho a todas las personas que vengan para ese evento.

Se puede conseguir en la tienda del Museo Kaluz y en el portal de la editorial Arquine, pero pronto habrá más opciones y su precio es completamente competitivo con lo que cuestan esta clase de herramientas en los mejores destinos turísticos del mundo.

No sé usted, pero yo me siento muy orgulloso de todo lo que está pasando en la Ciudad de México. ¡Cuántos cambios! ¡Cuántos apoyos! ¡Cuántas contribuciones!



Ya tenemos “Guía CDMX”. Luche por conseguir la suya ya, ya, pero ya, y por compartirla con nuestras y nuestros visitantes. Le va a gustar. Les va a gustar. De veras que sí. ¡Felicidades!.

**FUENTE**

<https://www.milenio.com/opinion/alvaro-cueva/ojo-por-ojo/atencion-turistas-ya-tenemos-guia>

## **Grupo Mundo Maya cancela licitación para control de personal.**

Publicado: el 17 de mayo 2026.

Por: Alejandro de la Rosa

Detectó inconsistencias en las especificaciones técnicas de la convocatoria; el servicio serviría para el registro de asistencias laborales.

Turismo, transporte y combustible. El Grupo Mundo Maya canceló la licitación que tenía en curso para contratar el servicio integral de control de asistencia de personal en todas sus unidades de negocio, porque detectó inconsistencias en las especificaciones técnicas de la convocatoria, que, entre otras cosas, “restringen la posibilidad de participación de licitantes al no considerar bienes con mejores características tecnológicas”.

El fallo debía darse a conocer el 20 de mayo.

El grupo adscrito a la Secretaría de la Defensa Nacional (Defensa), principalmente turístico, inició el proceso debido a la complejidad de su estructura orgánica (con equipos de trabajo distribuidos en diferentes empresas, modalidades, horarios y con líneas de reportes en distintas localidades) le dificulta tener el control de asistencia de sus trabajadores civiles.

Actualmente, sin estar operando la infraestructura a su máxima capacidad, suma cerca de 5,000 colaboradores que se encuentran distribuidos en diversas unidades de negocio a nivel nacional, entre las que se incluyen aeropuertos, hoteles, museos, parques, estaciones de combustible, gasolineras y oficinas corporativas.

“La licitación no implicará un monto muy elevado, pero lo relevante es que el grupo decidió poner un alto y buscar las mejores condiciones de contratación pública, lo que implica el interés de seguir prácticas de las empresas privadas”, comentó una persona relacionada con uno de los hoteles involucrados.

En la etapa de aclaraciones, el grupo recibió 181 preguntas de las firmas interesadas, entre ellas 124 de carácter técnico y 42 de carácter legal administrativo.

Luego de analizar los cuestionamientos, se advirtió que el expediente de contratación no incluía características de innovación tecnológica o con especificaciones actualizadas disponibles en el mercado, lo que limita la obtención de las mejores condiciones en términos de calidad, eficiencia y durabilidad para el Estado.

“En consecuencia, el servicio proyectado no asegura una inversión óptima a largo plazo, toda vez que los alcances considerados podrían requerir actualizaciones, sustituciones o modificaciones en el corto plazo”, se detalló.

Múltiples negocios



El Grupo Mundo Maya opera siete hoteles ubicados en las zonas arqueológicas más importantes del sureste mexicano (Chichén Itzá, Calakmul y Edzná entre otros), cuatro parques (Del Jaguar o nuevo Uxmal, por ejemplo), dos museos que preservan y comparten la riqueza natural, cultural y histórica de México, 12 aeropuertos (como el de Tulum, Palenque o Chetumal) y 18 estaciones de combustible/servicio distribuidas a nivel nacional.

Además, de tener el registro de asistencia electrónica puntual de cada uno de los colaboradores, se busca la automatización de las políticas de asistencia de la organización, la optimización del tiempo invertido por el departamento a cargo de la nómina y ejercer “pagos justos”.

Para atender oportunamente las necesidades del grupo, se ha precisado que el licitante ganador deberá contar con oficinas o centros de soporte técnico establecidos en al menos cinco entidades federativas distintas dentro de la República Mexicana, debiendo acreditar su ubicación y operación mediante documentación comprobatoria, anexando para ello comprobantes de domicilio a nombre del licitante.

También deberá garantizar atención vía telefónica, remota, por correo electrónico y/o presencial para reportes de fallas, en un horario 24 x 7 x 365, incluyendo días festivos.

### **DATOS DUROS**

- Actualmente, sin estar operando la infraestructura a su máxima capacidad, suma cerca de 5,000 colaboradores que se encuentran distribuidos en diversas unidades de negocio a nivel nacional, entre las que se incluyen aeropuertos, hoteles, museos, parques, estaciones de combustible, gasolineras y oficinas corporativas.
- El grupo recibió 181 preguntas de las firmas interesadas, entre ellas 124 de carácter técnico y 42 de carácter legal administrativo.
- El Grupo Mundo Maya opera siete hoteles ubicados en las zonas arqueológicas más importantes del sureste mexicano (Chichén Itzá, Calakmul y Edzná entre otros), cuatro parques (Del Jaguar o nuevo Uxmal, por ejemplo), dos museos que preservan y comparten la riqueza natural, cultural y histórica de México, 12 aeropuertos (como el de Tulum, Palenque o Chetumal) y 18 estaciones de combustible/servicio distribuidas a nivel nacional.
- Deberá garantizar atención vía telefónica, remota, por correo electrónico y/o presencial para reportes de fallas, en un horario 24 x 7 x 365, incluyendo días festivos.

### **FUENTE**

<https://www.eleconomista.com.mx/empresas/grupo-mundo-maya-cancela-licitacion-control-personal-20260517-813982.html>

## **México: inicia 'El Buen Fin' para impulsar el mercado nacional.**

Publicado: el 16 de mayo 2026.

La secretaria de Turismo federal, Josefina Rodríguez, y el presidente de Concanaco Servytur, Octavio de la Torre, 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 los viajeros promociones, descuentos y experiencias turísticas para recorrer México con precios accesibles y ofertas exclusivas.

Acompañada por secretarios de Turismo del país, representantes de cámaras empresariales, iniciativa privada y autoridades federales, Rodríguez destacó que esta estrategia, que en su segunda edición estima una derrama económica superior a los 44 mil millones de pesos (2.500 millones de dólares aprox.), 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 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 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.

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

Como lo informó *REPORTUR.mx*, Rodríguez Zamora, informó en noviembre de 2025 que, durante el próximo fin de semana largo, del jueves 13 al lunes 17 de noviembre de 2025, con motivo del aniversario de la Revolución Mexicana y en el marco de El Buen Fin 2025, se prevé la movilización de 1.15 millones de turistas, quienes se espera, dejen una derrama económica por concepto de hospedaje y servicios turísticos (alimentos, transporte y compras) de 43 mil 127 millones de pesos (unos 2.450 millones de dólares), equivalente a un incremento de 1.5 por ciento comparado con 2024. (Sectur prevé fin de semana largo con 80% de ocupación en playas).



## **DATOS DUROS**

- Rodríguez destacó que esta estrategia, que en su segunda edición estima una derrama económica superior a los 44 mil millones de pesos (2.500 millones de dólares aprox.), 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 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.
- El Buen Fin 2025, se prevé la movilización de 1.15 millones de turistas, quienes se espera, dejen una derrama económica por concepto de hospedaje y servicios turísticos (alimentos, transporte y compras) de 43 mil 127 millones de pesos (unos 2.450 millones de dólares), equivalente a un incremento de 1.5 por ciento comparado con 2024. (Sectur prevé fin de semana largo con 80% de ocupación en playas).

## **FUENTE**

<https://www.reportur.com/agencias/2026/05/16/mexico-inicia-el-buen-fin-para-impulsar-el-mercado-nacional/>

## **Restaurantes de CDMX esperan medio millón de turistas extra por el Mundial 2026.**

Publicado: el 16 de mayo 2026.

Por: Genoveva Ortiz

Roma, Condesa y Polanco serían las zonas más beneficiadas durante el Mundial 2026.

La industria restaurantera de la Ciudad de México se prepara para recibir el Mundial de Fútbol 2026 con expectativas positivas, aunque moderadas, respecto al impacto económico y turístico que dejará el evento en la capital.

En entrevista para La Prensa, el presidente de CANIRAC en la Ciudad de México, Jack Sourasky Olmos, señaló que la capital vivirá un “ambiente mundialista” en el que se espera una importante participación de turistas nacionales, así como un incremento en el consumo en restaurantes, cafeterías y bares.

Aunque reconoció que la Ciudad de México será una de las sedes del torneo, advirtió que únicamente albergará cinco partidos de los 104 programados, por lo que no prevén un crecimiento extraordinario en las ventas.

“Creo que se va a vivir un ambiente muy bonito, futbolero, una justa sana donde la gente salga a consumir y reactive la economía”, señaló.

### **Medio millón de visitantes adicionales**

De acuerdo con estimaciones basadas en estudios de organismos internacionales y firmas consultoras, Jack Sourasky indicó que la Ciudad de México podría recibir alrededor de 500 mil visitantes adicionales durante el mes mundialista, además del turismo habitual.

El presidente de la Cámara de la Industria Restaurantera en la Ciudad de México comparó el posible impacto turístico con eventos masivos como los conciertos internacionales de artistas como Shakira o Bad Bunny, aunque reconoció que la Formula One Mexico City Grand Prix continúa siendo uno de los eventos con mayor ocupación hotelera en la capital.

“Esperemos llegar a números de la Fórmula 1”, indicó, aunque admitió que los hoteleros aún reportan un ritmo lento en las reservaciones.

Roma, Condesa y Polanco, entre las zonas más beneficiadas

El líder de Canirac CDMX identificó varios corredores gastronómicos y turísticos que podrían concentrar una mayor afluencia de visitantes durante el Mundial.

Entre las zonas con mayores expectativas destacó, por ejemplo, Roma-Condesa, Juárez, Polanco, Santa Fe, Coyoacán, San Ángel, Altavista y las



áreas cercanas al estadio sede de los encuentros, además de los festivales futboleros que se tienen programados en varios puntos de la ciudad para incentivar el consumo local y la convivencia.

“Queremos que la gente salga a consumir en su propio barrio, en su colonia, en la cafetería y el restaurante de su comunidad”, expresó.

#### Coordinación con autoridades para evitar abusos

Jack Sourasky informó que empresarios del sector restaurantero y gastronómico ya mantienen mesas de trabajo con distintas autoridades capitalinas para coordinar operativos y evitar excesos regulatorios durante la justa deportiva.

Entre las acciones contempladas destacan recorridos conjuntos con el Instituto de Verificación Administrativa (INVEA), la posible peatonalización de algunas zonas y lineamientos para la instalación de pantallas y televisores en terrazas y establecimientos.

Asimismo, destacó que se busca impulsar la gastronomía mexicana como uno de los principales atractivos turísticos durante el Mundial.

“Estamos tratando de trabajar de la mano con las autoridades de turismo para hacer de México no un país de moda, sino un clásico”, afirmó.

Refuerzan seguridad, alcoholímetro y campañas de consumo responsable de alcohol

En materia de seguridad, el líder empresarial aseguró que existe una comunicación constante con la Secretaría de Seguridad Ciudadana para reforzar la vigilancia en las zonas que registran la mayor afluencia turística.

También adelantó que habrá alcoholímetro durante todo el mes del Mundial, además de inspecciones nocturnas y campañas para promover el consumo responsable de alcohol.

Como parte de estas medidas, se impulsa una campaña junto con la Asociación de Vinos y Licores para que, después de dos bebidas alcohólicas, los establecimientos ofrezcan agua a los clientes y así contribuir a moderar el consumo.

“El objetivo es que sea un Mundial mucho más amigable y de consumo responsable”, destacó Sourasky Olmos.

“Esperamos un Mundial beneficioso para todos, que todos salgan a divertirse, que sea sano y seguro”, declaró al confiar que se tengan números positivos en la derrama económica.

Insistió que es muy importante el tema sobre el consumo de alcohol, para que no se incurra en excesos ni haya permisividad, “porque cuando se junta el alcohol y la noche, nada bueno pasa”.



## **DATOS DUROS**

- Restaurantes de CDMX esperan medio millón de turistas extra por el Mundial 2026.
- De acuerdo con estimaciones basadas en estudios de organismos internacionales y firmas consultoras, Jack Sourasky indicó que la Ciudad de México podría recibir alrededor de 500 mil visitantes adicionales durante el mes mundialista, además del turismo habitual.

## **FUENTE**

<https://oem.com.mx/la-prensa/metropoli/restaurantes-de-cdmx-esperan-medio-millon-de-turistas-extra-por-el-mundial-2026-30020565>

## **CDMX presenta su nueva guía turística.**

Publicado: el 16 de mayo 2026.

La Secretaría de Turismo de CDMX presentó la nueva guía turística de la capital para fortalecer la llegada de visitantes.

La titular de la Secretaría de Turismo de la Ciudad de México (CDMX), Alejandra Frausto, presentó la nueva guía oficial turística. Se trata de una publicación que invita a habitantes y visitantes a redescubrir la capital desde una mirada sensible, cultural y comunitaria.

Dijo que la obra es una guía «bien cuidada y hecha». Indicó que está pensada para no dar por hecho la ciudad que se habita y para enamorar a quienes la visitan. Además, mencionó que esta guía pretende fortalecer el turismo internacional, en especial el asiático, por la riqueza patrimonial que ofrece la ciudad, resumidas en las 234 páginas del libro.

Para Frausto, esta guía de bolsillo propone distintas formas de recorrer la ciudad, a través de 7 rutas y 165 lugares emblemáticos, distribuidos en las 16 alcaldías.

Otra de las apuestas de esta guía es fortalecer el turismo cultural con identidad, sin discriminación, racismo no xenofobia. Es un documento capaz de atraer visitantes interesados en conocer las raíces y la memoria de la ciudad.

También, visibiliza el patrimonio histórico y los esfuerzos para su preservación, tras los daños ocasionados por el sismo en 974 templos.

A la presentación oficial acudió la arquitecta Alejandra de la Mora, quien habló sobre la importancia de esta publicación que invita a propios y turistas a escaparse de sus rutinas para conocer lugares incluso poco visitados o explorados.

La guía oficial de la Ciudad de México es la primera en su tipo que se publica en los últimos 12 años. Muestra las particularidades de la Ciudad al mundo:

Una ciudad diversa, hospitalaria, cultural y mucho más grande de lo que se imagina.

### **FUENTE**

<https://noticias.imer.mx/blog/la-secretaria-de-turismo-de-cdmx-presento-la-nueva-guia-turistica-de-la-capital-para-fortalecer-la-llegada-de-visitantes/>

## **Teotihuacán y sitios turísticos del Edomex reforzarán seguridad para el Mundial.**

Publicado: el 14 mayo 2026.

Por: Rubén Pérez

La Secretaría de Cultura y Turismo de la entidad anunció que en el territorio estatal se realizará el proyecto “La Gran Escapada; el Buen Fin del Turismo”.

Las zonas turísticas del Estado de México serán blindadas para garantizar un ambiente de tranquilidad en ocasión del Mundial de futbol, afirmó la titular de la Secretaría de Cultura y Turismo de la entidad, Nelly Carrasco Godínez.

En declaraciones posteriores a la presentación del proyecto denominado “La Gran Escapada; el Buen Fin del Turismo”, la funcionaria se refirió a lo ocurrido en Teotihuacán el pasado 20 de abril, cuando un hombre abrió fuego en la zona arqueológica.

“Teotihuacán es una joya, recibe muchísima gente todos los días, sobre todo turismo internacional. Ahí se está impulsando una estrategia de seguridad como en todas las zonas arqueológicas”, dijo, tras asegurar que habrá protección para los visitantes.

Dijo que la dependencia a su cargo se sumará a todo lo que involucre un ambiente de paz y tranquilidad, de cara a la inminente celebración de la Copa del Mundo.

### **Protección y vigilancia**

Insistió en que habrá protección y vigilancia para los turistas, debido a la coordinación que mantendrán los tres órdenes de gobierno, pues dijo que la Secretaría de Seguridad del Estado de México trabajará junto con instancias federales y municipales para garantizar condiciones de seguridad al turismo nacional e internacional.

En ese sentido, Nelly Carrasco Godínez invitó a prestadoras y prestadores de servicios del sector a participar en el proyecto “La Gran Escapada; el Buen Fin del Turismo”, iniciativa nacional que busca fortalecer esta actividad y generar mayor derrama económica en las comunidades.

Esta estrategia, dijo, impulsada por la Confederación de Cámaras Nacionales de Comercio, Servicios y Turismo (Concanaco Servytur), se llevará a cabo del 18 al 21 de junio en todo el país.

### **Promociones y ofertas**

Aseveró que en el Estado de México permitirá la promoción de la riqueza cultural, histórica, artesanal, gastronómica y natural. Durante esta segunda edición, los visitantes podrán acceder a promociones y ofertas en hospedaje, transporte,



restaurantes, recorridos y experiencias, mediante servicios competitivos, seguros y verificables que fomenten el turismo responsable y el consumo local.

La titular de la Secretaría de Cultura y Turismo destacó que esta iniciativa representa una oportunidad para proyectar la oferta en territorio mexiquense y fortalecer la economía de las comunidades dedicadas a esta actividad.

“Invitamos desde este maravilloso espacio a las y los prestadores de servicios turísticos del Estado de México a sumarse a esta campaña, a registrar sus promociones, a mostrar lo que hacen y a ser parte de esta gran invitación”, concluyó la funcionaria.

### **FUENTE**

<https://oem.com.mx/la-prensa/metropoli/blindaran-zonas-turisticas-de-edomex-de-cara-al-mundial-29988388>

## **Magnicharters pide concurso mercantil tras insolvencia financiera.**

Publicado: el 14 de mayo 2026.

Por: Roberto Valadez

La aerolínea Magnicharters promovió ante un juzgado de la CDMX una demanda voluntaria de concurso mercantil.

La aerolínea Magnicharters promovió una demanda voluntaria de concurso mercantil, a poco más de un mes de que suspendiera operaciones por insolvencia financiera.

El periódico Reforma apuntó que dicha demanda fue promovida por Grupo Aéreo Monterrey, razón social de Magnicharters, el 8 de mayo ante el Juzgado Primero de Distrito en Materia de Concursos Mercantiles, con sede en la Ciudad De México.

Hasta el momento se desconoce que la intención de dicha aerolínea es solicitar una declaración de quiebra tiene la intención de llegar a un acuerdo con sus acreedores, lo que le permitiría retomar sus actividades.

Magnicharters anunció el 11 de abril que no podría cumplir con sus vuelos programados durante dos semanas por “problemas logísticos”.

Después, la Secretaría de Infraestructura, Comunicaciones y Transportes, por medio de la Agencia Federal de Aviación Civil, suspendió temporalmente su Certificado de Operador Aéreo tras detectar falta de capacidad financiera que podía representar un riesgo para la seguridad operacional.

La Secretaría de Turismo ([Sectur](#)) informó el 8 de mayo que mantiene una mesa de coordinación con agencias de viajes, operadores turísticos, cadenas hoteleras, aerolíneas y la Procuraduría Federal del Consumidor (Profeco) para atender las afectaciones derivadas de la suspensión de actividades de la citada aerolínea.

En una nota informativa, la dependencia señaló que estableció contacto con agencias de viajes, operadores turísticos y clientes afectados por la interrupción de operaciones de la aerolínea, en especial por los paquetes turísticos contratados con la empresa.

La Sectur expresó su solidaridad con el sector de intermediación turística y afirmó que, desde que se conoció públicamente la situación de la empresa, activó esa coordinación “para explorar alternativas” que permitan dar continuidad, “en la medida de lo posible”, a los servicios turísticos comprometidos.

La dependencia federal también indicó que se mantiene en contacto con la Profeco para orientar a los consumidores sobre los mecanismos disponibles para presentar quejas, reclamaciones y procedimientos conciliatorios.



CAMARA DE COMERCIO  
SERVICIOS Y TURISMO  
CIUDAD DE MEXICO

Con información de López-Dóriga Digital

**FUENTE**

<https://lopezdoriga.com/ciencia-tecnologia/claves-batalla-anthropic-pentagono-limites-uso-militar-ia/>