



CONCANACO SERVYTUR traza ruta para que la derrama del Mundial llegue a los barrios.

Publicado: el 16 abril 2026.

- El Foro Internacional “Del Barrio al Mundo” planteó una hoja de ruta para que el Mundial 2026 fortalezca a las MiPyMEs, los negocios familiares y las economías locales.
- La agenda reunió a instituciones públicas, empresariales, académicas y multilaterales, en el marco de la estrategia “Un Mundial Muy Mexicano” rumbo al Cuarto Congreso Mundial de Turismo Deportivo de ONU Turismo.

La Confederación de Cámaras Nacionales de Comercio, Servicios y Turismo, CONCANACO SERVYTUR, reforzó su planteamiento rumbo al Mundial 2026: que la derrama económica del torneo no se concentre únicamente en los grandes escaparates turísticos, sino que se traduzca en ingresos reales para las micro y pequeñas empresas, los negocios familiares y la economía barrial.

Ese fue el eje del Foro Internacional “Del Barrio al Mundo”, realizado en la sede nacional de la Confederación como parte de las Reuniones Institucionales de abril y de la estrategia “Un Mundial Muy Mexicano”, orientada a maximizar los beneficios económicos del torneo para las empresas y negocios familiares del país.

“Queremos que la derrama del Mundial se quede donde más transforma vidas: en los barrios, en las colonias, en los pequeños comercios, en los servicios locales y en los negocios familiares. Un Mundial Muy Mexicano significa justamente eso: que el evento más grande del fútbol también sea una oportunidad concreta para la economía cotidiana del país”, afirmó Octavio de la Torre de Stéfano, presidente de CONCANACO SERVYTUR.

Durante el encuentro, la Confederación sostuvo que el reto no es solo atraer visitantes, sino construir un modelo de aprovechamiento económico más amplio, con digitalización, turismo disperso e integración productiva local como palancas para distribuir mejor el gasto.

Los datos expuestos durante la jornada respaldan ese enfoque. En la Ciudad de México se identifican 5,258 unidades económicas directamente vinculadas al sector turístico; además, CANACOPE CDMX prepara a más de 5,000 MiPyMEs para captar una derrama local estimada en 18,000 millones de pesos. A nivel nacional, CONCANACO SERVYTUR estima una derrama de 65,000 millones de pesos solo por turismo en las tres sedes mexicanas.

La oportunidad crece cuando el consumo se descentraliza. De acuerdo con los insumos presentados en el foro, alrededor de 80 por ciento del gasto promedio



del visitante ocurre fuera del hospedaje, con impacto en restaurantes, comercio, transporte, entretenimiento y servicios locales. Ahí se concentra la apuesta de la Confederación: que el Mundial no se quede en la superficie, sino que baje al territorio y se convierta en ingreso para miles de negocios familiares mexicanos.

En ese contexto, Sebastián Colín, director de Asuntos Públicos para Airbnb, subrayó que el reto rumbo a 2026 no consiste únicamente en generar demanda turística, sino en asegurar que sus beneficios alcancen a más actores locales. Señaló que la oportunidad está en integrar a las MiPyMEs a la cadena de valor del turismo, para que la derrama económica llegue también a barrios, colonias y pequeños negocios.

El foro reunió a Carlos Martínez Velázquez, director general del Fondo Mixto de Promoción Turística de la Ciudad de México; a Michele Pitta, especialista de Proyectos del Departamento de Miembros Afiliados de ONU Turismo; a Andrés Deya, presidente de FAEVYT, presidente de FIT América Latina y miembro afiliado de ONU Turismo; a Adda Irma Cruz, presidenta de CANACOPE CDMX; y a Sebastián Colín, director de Asuntos Públicos para Airbnb. También participaron representantes de la Secretaría de Desarrollo Económico de la Ciudad de México, Universidad Anáhuac, FINABIEN, ALAI, CCME Nacional y de la Vicepresidencia de Economía Digital de CONCANACO SERVYTUR.

Para CONCANACO SERVYTUR, esta ruta forma parte de la preparación de México hacia el Cuarto Congreso Mundial de Turismo Deportivo de ONU Turismo, que se celebrará del 7 al 9 de septiembre de 2026 en la Ciudad de México, en la primera edición del encuentro fuera de Europa.

Con ello, la Confederación reiteró que el Mundial 2026 debe convertirse en una plataforma de prosperidad compartida, en la que la proyección internacional del país vaya acompañada de una política económica capaz de fortalecer a las MiPyMEs, impulsar a los negocios familiares y dejar beneficios duraderos en el tejido productivo nacional.

DATOS DUROS

- En la Ciudad de México se identifican 5,258 unidades económicas directamente vinculadas al sector turístico; además, CANACOPE CDMX prepara a más de 5,000 MiPyMEs para captar una derrama local estimada en 18,000 millones de pesos.
- A nivel nacional, CONCANACO SERVYTUR estima una derrama de 65,000 millones de pesos solo por turismo en las tres sedes mexicanas.
- De acuerdo con los insumos presentados en el foro, alrededor de 80 por ciento del gasto promedio del visitante ocurre fuera del hospedaje, con impacto en restaurantes, comercio, transporte, entretenimiento y servicios locales.



CAMARA DE COMERCIO
SERVICIOS Y TURISMO
CIUDAD DE MEXICO

FUENTE

<https://www.concanaco.org/blog/comunicados-de-prensa-4/concanaco-servytur-traza-ruta-para-que-la-derrama-del-mundial-llegue-a-los-barrios-1693>



“No tenemos dinero para pagar salario a trabajadores”: Magnicharters.

Publicado: el 16 abril 2026.

Por: Roberto Valadez

Nos encontramos en una grave crisis financiera, donde el gobierno no nos está ayudando a continuar, reconoció la aerolínea.

Tras días de incertidumbre y versiones encontradas, la aerolínea Magnicharters rompió el silencio para confirmar que atraviesa una crisis financiera de gran magnitud que ya compromete su capacidad operativa y la continuidad en el pago de salarios a sus trabajadores.

En un comunicado enviado a sus trabajadores, la empresa detalló que continuará buscando las soluciones, con la finalidad de encontrar un camino para solventar todos sus gastos.

“La grave situación de Magnicharters nos impide tener liquidez que nos permita seguir cumpliendo con sus salarios, sin embargo, seguimos luchando por ellos”, reconoció la compañía en la misiva.

Indicó que las decisiones que ha tomado el gobierno federal, respecto a su caso, les complica aún más retomar el vuelo y sus operaciones en México.

“Esta dirección general seguirá esforzándose dentro de los plazos que así mismo ha marcado el propio emplazamiento a huelga, con la esperanza de encontrar el camino para el bienestar de todos, trabajadores y empresa”, sostuvo.

Fue el pasado 11 de abril cuando Magnicharters anunció que derivado de problemas de logística suspendería sus vuelos por las próximas dos semanas, por lo que pidió al público comunicarse a sus oficinas para darle seguimiento a los viajes.

Sin embargo, en los días siguientes las oficinas de la aerolínea se encontraban ya cerradas, en sus teléfonos nadie contestó y sus mostradores en el Aeropuerto Internacional de Ciudad de México (AICM) estaban desiertos y sin ningún aviso de atención.

Por su parte, la Agencia Federal de Aviación Civil (AFAC) dio a conocer, en días pasados, que debido a que la empresa Magnicharters decidió suspender sus vuelos de forma unilateral y se identificó falta de capacidad financiera, hizo una pausa temporal a su certificado de operador aéreo (AOC).

La AFAC señaló que se otorgará a la aerolínea un plazo para presentar un plan que atienda los hallazgos detectados y garantice el cumplimiento de las condiciones necesarias para operar de manera segura.



Trabajadores emplazan a huelga

Ante estos hechos el Sindicato de la Asociación Mexicana de Trabajadores de Autotransportes Aero-Transportes Similares y Conexos de la República Mexicana dio a conocer un emplazamiento a huelga a Magnicharters para el próximo 30 de mayo, derivado de la difícil situación financiera.

Se indicó que este proceso ya se encuentra ingresado ante el Tribunal Laboral Federal de Asuntos Colectivos de la Ciudad de México, ante lo cual se espera que la aerolínea responda ante ello.

Con base en este hecho todos los activos que se tienen de la empresa están siendo resguardados, para de esta forma proteger el patrimonio de los trabajadores.

Derivado de ese emplazamiento a huelga, se prevé que se realicen varias reuniones entre el sindicato de trabajadores y los directivos de la aerolínea para encontrar soluciones al respecto.

FUENTE

<https://www.milenio.com/negocios/magnicharters-no-tenemos-dinero-para-pagar-salario-a-trabajadores>

El Mundial detona viajes exprés y cambia la forma de planear.

Publicado: el 16 abril 2026.

El fervor por el fútbol también se juega fuera de la cancha. Aeropuertos, carreteras y plataformas de reservación reflejan un comportamiento que se repite cada cuatro años: decisiones de viaje tomadas en días, rutas que se ajustan sobre la marcha y una demanda que crece a medida que se acerca la Copa Mundial de la FIFA 2026, a menos de 100 días de distancia.

De acuerdo con IATI Seguros, alrededor del 44% de los aficionados viaja internacionalmente para asistir a eventos deportivos, cifra que se eleva a 56% entre jóvenes de 16 a 34 años, uno de los segmentos más activos y dispuestos a desplazarse por este tipo de experiencias.

A diferencia del turismo tradicional, estos viajes no se planean con meses de anticipación. Aquí la lógica es otra: primero se elige el partido y después el destino. El resultado son estancias más cortas, itinerarios flexibles y cambios constantes en vuelos, hospedaje y actividades.

Este patrón ya se observó en la Copa Mundial de la FIFA Catar 2022, donde la mayoría de los asistentes reconoció que no habría viajado de no ser por el evento, confirmando su capacidad para detonar desplazamientos no previstos.

Más movimiento, más exposición

Aunque muchos viajes giran en torno a un partido, los aficionados suelen extender su estancia para explorar destinos cercanos o sumar experiencias culturales, de naturaleza o aventura. Esto incrementa el gasto, pero también la exposición a imprevistos como retrasos, cancelaciones o incidentes médicos.

En este contexto, más del 55% de los viajeros ya considera necesario contar con cobertura médica amplia y opciones de cancelación flexible antes de viajar.

“Existen pocos eventos capaces de movilizar a millones de personas en cuestión de semanas”, señaló Alfonso Calzado, CEO global de IATI Seguros.

Un viajero que decide rápido

La industria comienza a adaptarse a este perfil más impulsivo, con soluciones diseñadas para escapadas cortas y decisiones inmediatas. Productos como IATI Escapadas o IATI Estrella responden a esta demanda con coberturas que incluyen asistencia médica, respaldo ante interrupciones y protección en destinos como Estados Unidos y Canadá, donde los costos médicos son elevados.

En estos viajes, el principal riesgo no suele ser una emergencia grave, sino perder tiempo resolviendo contratiempos. Por ello, la asistencia remota y los servicios digitales ganan relevancia, al permitir soluciones rápidas sin afectar la experiencia.



El costo de estas coberturas también juega a favor: desde 150 pesos para viajes nacionales de corta duración y alrededor de 1,000 pesos para estancias en Norteamérica, una inversión menor frente al gasto total del viaje.

Un cambio que llegó para quedarse

Más allá del volumen —que puede incrementarse hasta en 25% durante estos eventos—, el Mundial está transformando la forma de viajar. Las decisiones son más rápidas, los itinerarios más flexibles y la experiencia más dinámica.

El fenómeno no solo se mide en número de visitantes, sino en cómo evoluciona el comportamiento del viajero y en la capacidad de la industria para responder a esa nueva lógica.

Porque en el turismo deportivo, el partido dura 90 minutos... pero el viaje empieza mucho antes y termina mucho después.

DATOS DUROS

- De acuerdo con IATI Seguros, alrededor del 44% de los aficionados viaja internacionalmente para asistir a eventos deportivos, cifra que se eleva a 56% entre jóvenes de 16 a 34 años, uno de los segmentos más activos y dispuestos a desplazarse por este tipo de experiencias.
- En este contexto, más del 55% de los viajeros ya considera necesario contar con cobertura médica amplia y opciones de cancelación flexible antes de viajar.
- El costo de estas coberturas también juega a favor: desde 150 pesos para viajes nacionales de corta duración y alrededor de 1,000 pesos para estancias en Norteamérica, una inversión menor frente al gasto total del viaje.
- Más allá del volumen —que puede incrementarse hasta en 25% durante estos eventos—, el Mundial está transformando la forma de viajar.
- Porque en el turismo deportivo, el partido dura 90 minutos... pero el viaje empieza mucho antes y termina mucho después.

FUENTE

<https://pasilloturistico.com/el-mundial-detona-viajes-expres-y-cambia-la-forma-de-planear/>

AFAC suspende a Magnicharters por riesgo operativo y pone en la mira su viabilidad.

Publicado: el 16 abril 2026.

La aerolínea dejó de volar de forma unilateral y enfrenta posible revocación definitiva

La crisis de Magnicharters escala y ya tiene implicaciones regulatorias. La Agencia Federal de Aviación Civil (AFAC) confirmó la suspensión temporal del Certificado de Operador Aéreo (AOC) de la aerolínea, luego de que la empresa cancelara unilateralmente sus vuelos programados.

De acuerdo con la autoridad, desde enero de 2026 se realizó una verificación técnico-administrativa a la compañía, en la que, si bien se acreditaron condiciones de seguridad operativa, se detectaron observaciones en materia financiera que debían ser atendidas.

El punto crítico llegó el pasado 11 de abril, cuando Magnicharters decidió suspender sus operaciones sin previo aviso, lo que detonó la intervención de la autoridad aeronáutica.

La AFAC fue clara: la falta de capacidad financiera identificada podría representar un riesgo para la operación, motivo por el cual se determinó frenar temporalmente su actividad.

Contra reloj: o acredita solvencia o pierde la concesión

La aerolínea ahora enfrenta un escenario límite. La autoridad otorgó un plazo para que presente un plan que atienda los hallazgos detectados y garantice condiciones para operar de forma segura.

Sin embargo, el mensaje es contundente:

si no acredita la solvencia requerida, se procederá a la revocación definitiva de su concesión y del AOC, lo que implicaría el cese permanente de operaciones.

Plan emergente... y daño al pasajero

En paralelo, la Secretaría de Infraestructura, Comunicaciones y Transportes activó un plan emergente para apoyar a pasajeros afectados, en coordinación con aerolíneas y grupos aeroportuarios, particularmente en destinos como Quintana Roo.

El objetivo: garantizar traslados y mitigar el impacto inmediato. Pero el golpe a la confianza ya está hecho.

Más allá del caso: alerta para la industria

El caso de Magnicharters expone un punto sensible en el sector:

la operación aérea no solo depende de la seguridad técnica, sino de la viabilidad financiera.



Para el trade, el mensaje es claro. La cancelación abrupta de vuelos no solo afecta al pasajero final, también impacta a agencias, tour operadores y cadenas completas de servicio que dependen de la certidumbre operativa.

La autoridad reiteró su compromiso con la seguridad y el fortalecimiento del sector, pero dejó abierta una advertencia implícita: en un mercado cada vez más exigente, la sostenibilidad financiera ya no es opcional.

FUENTE

<https://pasilloturistico.com/afac-suspende-a-magnicharters-por-riesgo-operativo-y-pone-en-la-mira-su-viabilidad/>

Viva: mercado internacional cayó en más de 8% durante marzo.

Publicado: el 16 abril 2026.

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%.

El factor de ocupación promedio de la aerolínea se situó en 84.5% este 10 de abril. A nivel nacional, este indicador alcanzó el 86.2%, mientras que en las rutas internacionales fue del 76.4%, de acuerdo con datos proporcionados por la empresa. Estos resultados reflejan ajustes operativos ante la evolución de la demanda y la volatilidad en los precios del combustible.

«Durante marzo, el volumen de pasajeros registró una disminución de 1.6%, con un factor de ocupación de 84.5%. El desempeño refleja ajustes de capacidad ante la evolución de las condiciones de la demanda y la volatilidad en los precios del combustible, así como las interrupciones operativas ocurridas a finales de febrero», señaló Juan Carlos Zuazua, director general de Viva. «Mantenemos un enfoque en la confiabilidad operativa mientras gestionamos las restricciones derivadas de la puesta en tierra de motores Pratt & Whitney», agregó.

En el acumulado del primer trimestre, la compañía registra 6.92 millones de pasajeros, lo que significa un crecimiento del 1.3% frente al periodo enero-marzo de 2025. Pese al incremento trimestral, el factor de ocupación acumulado descendió 0.7 puntos porcentuales para ubicarse en 84.2%. La empresa informó que mantendrá una postura operativa cautelosa para alinear su capacidad con la demanda en un entorno de incertidumbre persistente.

Como lo informó *REPORTUR.mx*, recientemente Aeroméxico y Viva Aerobus informaron al Departamento de Transporte de EU (DOT) que, ante las nuevas reglas establecidas, no incluirán vuelos adicionales para la temporada de verano que va del 29 de marzo al 31 de octubre. (Aeroméxico y Viva sufren freno a su expansión para el verano a USA).

DATOS DUROS

- 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%.
- El factor de ocupación promedio de la aerolínea se situó en 84.5% este 10 de abril. A nivel nacional, este indicador alcanzó el 86.2%, mientras



que en las rutas internacionales fue del 76.4%, de acuerdo con datos proporcionados por la empresa.

- Durante marzo, el volumen de pasajeros registró una disminución de 1.6%, con un factor de ocupación de 84.5%.
- En el acumulado del primer trimestre, la compañía registra 6.92 millones de pasajeros, lo que significa un crecimiento del 1.3% frente al periodo enero-marzo de 2025.
- Pese al incremento trimestral, el factor de ocupación acumulado descendió 0.7 puntos porcentuales para ubicarse en 84.2%.

FUENTE

<https://www.reportur.com/aerolineas/2026/04/16/viva-mercado-internacional-cayo-en-mas-de-8-durante-marzo/>

Los Ángeles Azules y Belinda ambientarán la ceremonia inaugural del Mundial 2026 en el Estadio Azteca.

Publicado: el 16 abril 2026.

Por: Erandi Estrada

El icónico lema que acompaña la cumbia más famosa de México, “*de Iztapalapa para el Mundo*”, popularizado por Los Ángeles Azules, nunca fue más cierto que este 2026, ya que el grupo se unió a Belinda en la creación del tema “*Por Ella*”, próxima canción a estrenarse del álbum oficial de la Copa Mundial FIFA 2026 y que formará parte de la ceremonia inaugural del torneo.

La confirmación de que el popular grupo de cumbia será parte del espectáculo de inauguración en el Estadio Azteca se realizó en el programa *Despierta*, presentado por la periodista Danielle Dithurbide.

¡De Iztapalapa para el Mundo! Los Ángeles Azules en la inauguración del Mundial 2026

De acuerdo con el comunicado lanzado por la FIFA el martes de esta semana, el tema “*Por Ella*” se estrenará el viernes 17 de abril a nivel global, segunda canción lanzada para el álbum oficial FIFA World Cup 2026.

No sólo eso, sino que Elías Mejía Avante —líder, bajista y fundador de Los Ángeles Azules— confirmó a la presentadora Danielle Dithurbide en el programa *Despierta* de este jueves, que el tema creado en colaboración con la cantante Belinda formará parte de la ceremonia inaugural del Mundial de Fútbol 2026, el cual se llevará a cabo en la Ciudad de México.

Previo al primer encuentro del torneo, donde la selección Tricolor se medirá ante Sudáfrica, los aficionados y aficionadas de todo el mundo que arriban al país para la inauguración de la fiesta de fútbol disfrutarán del característico sonido cumbiero de la agrupación mexicana, sellando el popular lema: de Iztapalapa para el mundo.

“Se va a hacer una fiesta en el Estadio”, expresó Mejía Avante, añadiendo que presentarse en la ceremonia del Mundial 2026 es un sueño hecho realidad para Los Ángeles Azules.

Detalles de “*Por Ella*”, el tema de Los Ángeles Azules y Belinda para el Mundial FIFA 2026

La agrupación de cumbia señaló que este tema no es la primera vez que trabajan en compañía de Belinda, ya que en 2019 lanzaron la colaboración de “*Amor A Primera Vista*” con un video musical en el que también participaron los artistas Lalo Ebratt y Horacio Palencia.

“No creíamos lo que estábamos escuchando, porque dijeron en España que iban a hacer un proyecto padrísimo, y luego se vino la idea de hacer algo del



fútbol. Pero no creíamos que íbamos estar nosotros presentes en el Azteca”, explicó el bajista de Los Ángeles Azules, compartiendo que soñó oportunidades internacionales para el grupo durante este 2026.

Mejía Avante señaló que se trata de una cumbia que tendrá por tema central al trofeo de la Copa Mundial de la FIFA, destacando el esfuerzo que los futbolistas realizan cada torneo para obtenerla.

FUENTE

<https://www.cronica.com.mx/tendencias/2026/04/16/los-angeles-azules-y-belinda-ambientaran-la-ceremonia-inaugural-del-mundial-2026-en-el-estadio-azteca/>

Ciudad de México lanza plan de economía circular rumbo al Mundial de fútbol.

Publicado: el 15 abril 2026.

Por: Esmeralda Lázaro

Contemplan rutas agroturísticas, venta de productos locales, reducción de residuos y la implementación de días de home office.

El programa Mundial Verde: Con Juego Limpio, el Planeta Gana es una estrategia de 10 ejes que busca convertir la Copa del Mundo FIFA 2026 en un catalizador de la economía local para la Ciudad de México, a la vez que reduce su impacto al medio ambiente, así lo informaron la jefa de Gobierno, Clara Brugada Molina, y la secretaria de Medio Ambiente, Julia Álvarez Icaza este miércoles.

Uno de los objetivos es que parte del gasto que dejará el torneo llegue a quienes producen en el suelo de conservación, que representa el 60% del territorio de la Ciudad de México.

Las líneas de acción son Mundial libre de plásticos de un solo uso; economía circular; transformación de residuos en mobiliario urbano para nuestra ciudad; botanas locales, justas y saludables; ciudad lacustre; las Rutas del Campo; flores y colores; justicia climática; aire limpio; y de carrizo a matraca futbolera.

Con eje de Botanas Locales, Justas y Saludables, buscan impulsar el consumo del nopal, ya que la Ciudad de México es el segundo productor nacional de nopal, solo después de Morelos, por ello se desarrolló una línea de nopal deshidratado producida en Milpa Alta, que se distribuirá en los festivales futboleros, el FIFA Fan Fest y tiendas de autoservicio del polígono del Centro Histórico.

Apicultores de la zona chinampera de Xochimilco proveerán mieles de cortesía a hoteles participantes como parte de la bienvenida oficial a visitantes internacionales, “queremos que el Mundial llegue a los productores y a los agricultores de la Ciudad de México y así la economía se distribuye a lo largo y ancho de toda la capital”, dijo Álvarez Icaza.

El Fan Fest del Zócalo que operará del 11 de junio al 19 de julio con una expectativa de 55,000 personas diarias usará materiales reciclados en decoración, recipientes biodegradables en alimentos, vasos conmemorativos reutilizables para bebidas y paneles solares.

Se abrirán ocho rutas agroturísticas en el suelo de conservación para que visitantes nacionales y extranjeros conozcan la vocación rural, productiva y ambiental; con el programa Un millón de flores, floricultores de Xochimilco proveerán las plantas que adornarán las principales avenidas de la ciudad durante el torneo, generando derrama económica directa para las familias productoras.



Se producirán 500,000 matracas futboleras elaboradas con carrizo, una especie invasora que se extrae de los canales de Xochimilco y que ha sido transformada por chinamperos capacitados en colaboración con la Secretaría de Pueblos Indígenas.

Las autoridades lanzaron una convocatoria a empresas para adoptar home office durante el período mundialista, con el objetivo de reducir el tráfico y las emisiones de gases de efecto invernadero.

Todas estas acciones están alineadas con los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) de las Naciones Unidas (ONU).

DATOS DUROS

- El programa Mundial Verde: Con Juego Limpio, el Planeta Gana es una estrategia de 10 ejes que busca convertir la Copa del Mundo FIFA 2026 en un catalizador de la economía local para la Ciudad de México.
- Uno de los objetivos es que parte del gasto que dejará el torneo llegue a quienes producen en el suelo de conservación, que representa el 60% del territorio de la Ciudad de México.
- El Fan Fest del Zócalo que operará del 11 de junio al 19 de julio con una expectativa de 55,000 personas diarias usará materiales reciclados en decoración, recipientes biodegradables en alimentos, vasos conmemorativos reutilizables para bebidas y paneles solares.
- Se abrirán ocho rutas agroturísticas en el suelo de conservación para que visitantes nacionales y extranjeros conozcan la vocación rural, productiva y ambiental; con el programa Un millón de flores, floricultores de Xochimilco.
- Se producirán 500,000 matracas futboleras elaboradas con carrizo, una especie invasora que se extrae de los canales de Xochimilco y que ha sido transformada por chinamperos capacitados en colaboración con la Secretaría de Pueblos Indígenas.

FUENTE

<https://www.eleconomista.com.mx/estados/ciudad-mexico-lanza-plan-economia-circular-rumbo-mundial-futbol-20260415-808957.html>



Contratos temporales bajan riesgos de informalidad laboral en el Mundial 2026.

Publicado: el 15 abril 2026.

Por: María del Pilar Martínez

El Mundial de Fútbol de 2026 anticipa una derrama económica de 2,730 millones de dólares, impulsando la actividad en sectores como el turismo, el transporte y los servicios; sin embargo, este crecimiento en las cifras de empleo se da en un contexto marcado por la informalidad laboral, coincidieron especialistas.

El Mundial de Fútbol de 2026 anticipa una derrama económica de 2,730 millones de dólares, impulsando la actividad en sectores como el turismo, el transporte y los servicios; sin embargo, este crecimiento en las cifras de empleo se da en un contexto marcado por la informalidad laboral, coincidieron especialistas.

Durante el foro tripartito "Derechos Laborales rumbo al Mundial 2026" celebrado en Jalisco, los participantes coincidieron en que la ruta para que este evento deje un legado radica en la implementación de las figuras de contratación que existen en la Ley Federal del Trabajo.

Existe la posibilidad de que la creación de puestos de trabajo -se estiman más de 112,200 empleos temporales- se registre en el sector informal. Esto incide en los derechos de los trabajadores y en la productividad al limitar el acceso a capacitaciones que podrían servir para empleos futuros.

Al respecto, Joyce Sadka, especialista en instituciones de justicia laboral, expresó durante su intervención en el panel que "uno de los peligros que tenemos en la actividad económica que se va a generar a través del mundial, es que muchos de los empleos que se generen queden en el sector informal. Y eso implica que tal vez ese derrame a la larga de capacitación de mayores vínculos con esa industria no alcance un puesto de trabajo permanente".

Para atender esta tendencia, Sadka señaló la necesidad de que los empleadores en la cadena de servicios utilicen las contrataciones legales, ya que la ley mexicana contempla figuras como el trabajo eventual por tiempo determinado, las cuales permiten flexibilidad operativa.

"Es importante que sepan los empleadores cómo operar estas figuras y que entiendan que están ahí en la ley para proteger a la persona trabajadora, pero también protegen al patrón, porque permiten que el patrón, cuando termina la temporada, no tenga un pasivo laboral dado que ya terminó correctamente la relación", señaló la especialista.

Dado que puede registrarse un aumento en los conflictos laborales, es importante que los Centros de Conciliación operen como instancia inicial. Sadka planteó la necesidad de capacitación para los funcionarios para identificar situaciones de riesgo, como el uso de contratos inapropiados o la situación de adolescentes.



La especialista mencionó que los conciliadores deben identificar si un empleo temporal fue registrado de forma distinta o si se presentan variaciones en las jornadas "es muy importante que los centros de conciliación sean el primer contacto y puedan detectar estas situaciones de riesgo... ya sea un empleo que debía haber sido temporal pero se dio un contrato de tiempo indeterminado, o bien es un adolescente trabajador que viene solo y no tiene un tutor que lo acompañe".

Para Sadka, el objetivo es que las instituciones apliquen las protecciones de una manera orientada al crecimiento y a la productividad. De esta forma, el legado del Mundial consistirá en una estructura de justicia laboral que permanezca tras la conclusión del evento.

DATOS DUROS

- El Mundial de Fútbol de 2026 anticipa una derrama económica de 2,730 millones de dólares, impulsando la actividad en sectores como el turismo, el transporte y los servicios.
- El Mundial de Fútbol de 2026 anticipa una derrama económica de 2,730 millones de dólares, impulsando la actividad en sectores como el turismo, el transporte y los servicios.
- Existe la posibilidad de que la creación de puestos de trabajo -se estiman más de 112,200 empleos temporales- se registre en el sector informal.

FUENTE

<https://www.eleconomista.com.mx/empresas/contratos-temporales-bajan-riesgos-informalidad-laboral-mundial-20260415-808874.html>



LIV Golf en CDMX continúa al margen de la duda sobre recursos del PIF.

Publicado: el 15 abril 2026.

Por: Marisol Rojas

El ruido sobre el fin del apoyo económico al torneo se recibió en el campo de golf de Chapultepec con mesura, sin postura oficial durante la jornada previa al inicio. El primer disparo de salida está en pie para este jueves.

Al campo de Golf Chapultepec le cayó una bomba desde el extranjero. En la segunda edición de LIV Golf en la Ciudad de México cimbró el eco del supuesto fin de la era del torneo creado y financiado por el Fondo de Inversión Pública (PIF) de Arabia Saudita.

Fuentes internacionales especializadas en golf y financieras reportaron que el PIF anunciaría oficialmente el retiro de la inversión a LIV Golf, un total que supera los 5,300 millones de dólares hasta principios de 2026. El mundo árabe marcó un parteaguas a partir del 2021 en la forma de llevar una liga profesional, arrebatando al PGA TOUR la población de golfistas élite. Lo hizo coloquialmente a “billetazos” y con un formato de golf más relajado en la agenda de los jugadores.

“El PIF, dotado con 925,000 millones, está redefiniendo su estrategia para el periodo 2026-2030, priorizando los sectores económicos nacionales por encima de los ‘megaproyectos’ especulativos y de alto coste. Ante la presión fiscal y la disminución de los ingresos petroleros, el fondo se centrará en seis áreas clave, entre ellas la tecnología, industria manufacturera y turismo”, publicó el Financial Times.

Sin embargo, otros medios como Middle East Eye apuntaron: “A partir de abril de 2026, el futuro de LIV Golf está en duda, ya que su patrocinador, el PIF, está considerando recortar su apoyo. A pesar de esto, LIV Golf ha continuado con su temporada y el desarrollo de NEOM, una parte clave de la Visión Saudita 2030 que incluye proyectos de golf de alta gama como Gidori, que cuenta con un campo de campeonato de 18 hoyos”.

Para 2026, LIV aumentó su participación a 57 jugadores, organizados en 13 equipos y sumando cinco plazas para invitados (wild cards). Este año es el más importante para la sede mexicana porque Abraham Ancer y Carlos Ortiz jugarán juntos por primera vez, en Torque GC.

La noticia del PIF se expandió como pólvora en medios mexicanos en el día del PROAM (miércoles) que es el torneo de exhibición previo al primer primer disparo de salida (jueves) y en el que participaron actores de otros ámbitos del deporte como Saúl ‘Canelo’ Álvarez, Alejandro Irarragorri, Miguel Layún y Benjamín Salinas (vicepresidente del Consejo de Administración de Grupo Salinas, patrocinador principal del torneo).



La noticia del PIF desvió la atención, mientras los golfistas reconocían el área del campo en prácticas no abiertas al público.

“Sinceramente no hemos escuchado nada que no sea lo que ya nos dijo Yasir [Al-Rumayyan] a principios de año. Está detrás de nosotros, que tienen un proyecto de muchos años y sinceramente... ya sabes cómo son estos rumores, siempre hay muchos y no puedo comentar nada más de lo que sabemos”, dijo en Chapultepec el capitán de Fireballs. GC, Sergio García.

Este medio charló brevemente con Allen Barrett, Director de Comunicación de LIV, quien comentó que mucha de la información que circula, no es precisa y que por el momento, no existía una declaración oficial.

En México la situación toma otras dimensiones. LIV Golf ha representado una oportunidad de negocio. El primer torneo oficial – en Mayakoba- fue organizado en febrero de 2023 por la propia liga, impulsada por Greg Norman. Desde el 2024, sus directivos tocaron la puerta de Grupo Salinas para que se sumara como aliado principal. En el 2025, Grupo Salinas tomó el proyecto convencido en que representa a largo plazo, una ventana para los golfistas amateurs de su Academia ARA. El contrato entre LIV y Grupo Salinas es de 3 años y concluye en el 2027. La empresa mexicana dejó su acuerdo con PGA TOUR para el Mexico Open at Vidanta Vallarta que continuará este año a finales de octubre.

Para realizar un torneo LIV, Benjamín Salinas dijo a *El Economista* el año pasado, que se requiere de una inversión anual de 30 millones de dólares (cifra aproximada), cifra que LIV absorbió para tener la primera edición.

DATOS DUROS

- Fuentes internacionales especializadas en golf y financieras reportaron que el PIF anunciaría oficialmente el retiro de la inversión a LIV Golf, un total que supera los 5,300 millones de dólares hasta principios de 2026.
- “El PIF, dotado con 925,000 millones, está redefiniendo su estrategia para el periodo 2026-2030, priorizando los sectores económicos nacionales por encima de los ‘megaproyectos’ especulativos y de alto coste.
- Para 2026, LIV aumentó su participación a 57 jugadores, organizados en 13 equipos y sumando cinco plazas para invitados (wild cards).
- Para realizar un torneo LIV, Benjamín Salinas dijo a *El Economista* el año pasado, que se requiere de una inversión anual de 30 millones de dólares (cifra aproximada), cifra que LIV absorbió para tener la primera edición.

FUENTE

<https://www.eleconomista.com.mx/deportes/liv-golf-cdmx-continua-margen-duda-sobre-recursos-pif-20260415-808960.html>



Aeroméxico pierde miles de pasajeros y sufre alza del fuel.

Publicado: el 15 abril 2026.

Ante la variación del precio del combustible, Aeroméxico buscará proteger la rentabilidad sin dejar de dar prioridad a su eficiencia operativa. Así mismo, la aerolínea comunicó que en el primer trimestre del año registró una baja de pasajeros de 1.5% respecto al mismo periodo del año pasado.

“En un entorno que sigue siendo retador, especialmente por la volatilidad en los precios del combustible asociada a factores geopolíticos, mantenemos el enfoque en optimizar la red y la estrategia comercial para proteger la rentabilidad, sin dejar de lado la eficiencia operativa”, dijo Andrés Conesa Labastida, director general de Aeroméxico.

El tráfico de pasajeros de la aerolínea controlada por Delta fue de 5 millones 791 mil personas, cayendo en 86 mil pasajeros, cuando 2025 alcanzó los 5 millones 877 mil del primer trimestre del año pasado.

“Los resultados de tráfico de marzo reflejan la fortaleza de nuestro modelo de negocio tras las afectaciones puntuales registradas en febrero, que impactaron la demanda en ciertas regiones de México, así como en los mercados transfronterizos desde Estados Unidos”, mencionó el responsable de la aerolínea vinculada a la líder del ‘hub’ de Atlanta.

Y agregó que “la mejora en el factor de ocupación frente al año anterior muestra la rapidez de nuestra respuesta y la disciplina en la gestión de la capacidad, así como la flexibilidad de nuestra operación”, indicó Conesa, según A21.

Como lo informó *REPORTUR.mx*, Aeroméxico y Viva Aerobus informaron al Departamento de Transporte de EU (DOT) que, ante las nuevas reglas establecidas, no incluirán vuelos adicionales para la temporada de verano que va del 29 de marzo al 31 de octubre. (Aeroméxico y Viva sufren freno a su expansión para el verano a USA).

“De acuerdo con las restricciones establecidas por la orden 2025-10-13 para las rutas entre Ciudad de México (aeropuertos MEX y NLU) y destinos en Estados Unidos (‘rutas Ciudad de México-EE. UU.’), AM/5D (Aeroméxico) no añadirán ninguna ruta nueva entre Ciudad de México y Estados Unidos durante la temporada de verano de 2026 de la IATA”, informó en su momento Aeroméxico al DOT.

FUENTE

<https://www.reportur.com/aerolineas/2026/04/15/aeromexico-pierde-miles-de-pasajeros-y-sufre-alza-del-fuel/>

Arajet entra a Amadeus y fortalece su alcance global con el trade.

Publicado: el 15 abril 2026.

La aerolínea Arajet dio un paso estratégico en su expansión comercial al anunciar su incorporación a la plataforma global Amadeus, permitiendo que agencias de viajes, tour operadores y consolidadores accedan directamente a su contenido bajo la placa de emisión DM 181.

Con este movimiento, la aerolínea abre su inventario de vuelos y tarifas al ecosistema global del trade, facilitando los procesos de cotización y emisión, y fortaleciendo su posicionamiento en mercados clave donde busca seguir creciendo.

A partir de ahora, todos los socios conectados a Amadeus podrán consultar disponibilidad en tiempo real, integrar la oferta de Arajet en sus sistemas y comercializar sus rutas de forma más eficiente, lo que representa una ventaja operativa importante en un entorno cada vez más competitivo.

“Con la disponibilidad de nuestro contenido en Amadeus, damos un paso importante para acercarnos aún más a las agencias de viajes, tour operadores y consolidadores, facilitando el acceso a nuestra oferta y apoyando el crecimiento de nuestros socios comerciales”, señaló Nacim Yala, Chief Commercial and Strategy Officer de la aerolínea.

La integración no solo incrementa la visibilidad de Arajet a nivel internacional, sino que también optimiza la experiencia del canal de distribución al concentrar su contenido en uno de los sistemas más utilizados por la industria.

Este anuncio se suma a la estrategia de crecimiento de la compañía, que desde el inicio de operaciones en 2022 ha apostado por ampliar su conectividad en América del Norte, Centroamérica, Sudamérica y el Caribe, apoyada en una flota moderna de Boeing 737 MAX.

Reconocida como la Mejor Aerolínea Nueva del Mundo en 2023, Arajet continúa consolidándose como un jugador relevante en la región, con una propuesta enfocada en accesibilidad, eficiencia y expansión.

Para el trade, la entrada a Amadeus representa una oportunidad clara de integrar un producto competitivo dentro de sus portafolios, con mayor facilidad de acceso, distribución y venta.

FUENTE

<https://pasilloturistico.com/arajet-entra-a-amadeus-y-fortalece-su-alcance-global-con-el-trade/>

Sector hotelero obtiene respaldo de 1000 mdp en el marco del Mundial 2026.

Publicado: el 15 abril 2026.

Por: Néstor Ramírez

El sector hotelero en México cuenta con un respaldo de 1,000 millones de pesos rumbo al Mundial 2026. Se trata de un monto que es posible gracias a la iniciativa privada que, ante la importancia del sector, formó una unidad especializada en financiamiento.

Ante la espera de la próxima llegada de millones de visitantes para disfrutar de la máxima justa deportiva, la disponibilidad de un financiamiento se convierte en un aliado clave. Esto gracias a que permite la modernización, expansión y competitividad de la infraestructura turística ante el aumento de visitantes.

Serfimex Capital impulsa al sector hotelero rumbo al Mundial 2026 con financiamiento

La expectativa de recibir hasta 5.5 millones de visitantes adicionales a los más de 98 millones de turistas internacionales que llegaron en 2025 representa un reto para los hoteles. Por ello es que Serfimex Capital impulsa su Unidad Especializada en Financiamiento Hotelero, conocida como “ConciERGE Financiero”. Esta tiene una bolsa de mil millones de pesos destinada a fortalecer al sector.

La firma sostiene que ante la presión que representará el Mundial 2026 para el sector hotelero, a través de su *ConciERGE Financiero* apoyará a los operadores a elevar estándares de servicio y eficiencia. Esta estrategia busca atender la creciente demanda de inversión mediante esquemas flexibles que permitan a los hoteles crecer sin comprometer su liquidez.

El modelo ofrece soluciones como arrendamiento puro, líneas de crédito para capital de trabajo y financiamiento enfocado en tecnología, equipamiento y eficiencia energética. Estas herramientas permiten a los hoteles renovar instalaciones, incorporar sistemas fotovoltaicos y optimizar sus operaciones en un entorno cada vez más competitivo.

La inversión turística en México superó los 36 mil millones de dólares en 2025, consolidando al país como un mercado atractivo para el desarrollo hotelero. Destinos como Riviera Maya, Cancún, Los Cabos, Puerto Vallarta y Mazatlán concentran gran parte de este crecimiento, aunque también se identifican oportunidades en ciudades vinculadas al turismo de negocios.

Serfimex reporta un avance cercano al 80% en la colocación de su cartera hotelera, con tickets que van de 5 a 100 millones de pesos, enfocados principalmente en proyectos de modernización y expansión.



De cara al Mundial 2026, el financiamiento especializado no solo se posiciona como un respaldo económico, sino como un habilitador estratégico que permitirá al sector hotelero responder a la demanda global, mejorar la experiencia del visitante y consolidar a México como un destino competitivo a nivel internacional.

DATOS DUROS

- El sector hotelero en México cuenta con un respaldo de 1,000 millones de pesos rumbo al Mundial 2026.
- La expectativa de recibir hasta 5.5 millones de visitantes adicionales a los más de 98 millones de turistas internacionales que llegaron en 2025 representa un reto para los hoteles.
- La inversión turística en México superó los 36 mil millones de dólares en 2025, consolidando al país como un mercado atractivo para el desarrollo hotelero.
- Serfimex reporta un avance cercano al 80% en la colocación de su cartera hotelera, con tickets que van de 5 a 100 millones de pesos, enfocados principalmente en proyectos de modernización y expansión.

FUENTE

<https://mundoejecutivocdmx.com/turismo/sector-hotelero-obtiene-respaldo-de-1000-mdp-en-el-marco-del-mundial-2026/>

México impulsa turismo desde Brasil con nuevas alianzas.

Publicado: el 15 abril 2026.

México avanza en la atracción de turistas brasileños tras concretar alianzas con aerolíneas, agencias y operadores durante su participación en el World Travel Market Latin America 2026, buscando ampliar su posicionamiento internacional.

México fortalece su presencia turística en Brasil

Durante su participación en el World Travel Market Latin America 2026, la Secretaría de Turismo de México desplegó una agenda estratégica para consolidar al país como un destino prioritario para viajeros brasileños.

En representación de la titular de Turismo, Josefina Rodríguez Zamora, el funcionario Miguel Aguiñiga Rodríguez encabezó encuentros con líderes del sector, en un contexto donde Brasil se mantiene como uno de los mercados más relevantes de América Latina por su volumen y perfil de consumo turístico.

Alianzas con agencias y hoteles amplían promoción internacional

Las reuniones incluyeron acercamientos con agencias como TP Group y cadenas hoteleras como True Hotels, Residence Club y Happy Hotéis, con el objetivo de posicionar destinos mexicanos dentro de catálogos internacionales.

Estos acuerdos buscan no solo incrementar la visibilidad, sino también adaptar la oferta turística a las preferencias del viajero brasileño, particularmente en segmentos de lujo, cultura y experiencias personalizadas.

CVC Corp y BeFly impulsan nuevos segmentos turísticos

Uno de los puntos clave fue la colaboración con CVC Corp, el mayor grupo turístico de Brasil, con quien se acordó reforzar la promoción del Caribe mexicano.

Asimismo, con BeFly se delinearon estrategias para diversificar la presencia de México en nichos como turismo corporativo, de incentivos y de placer, sectores con alto potencial de crecimiento en el mercado sudamericano.

Aerolíneas abren ruta para mayor conectividad México-Brasil

En materia aérea, se sostuvieron reuniones con Aeroméxico, Copa Airlines y LATAM Airlines, enfocadas en ampliar rutas y facilitar el flujo de turistas entre ambos países.

La conectividad es uno de los factores determinantes para incrementar la llegada de visitantes, por lo que estas negociaciones representan un paso clave para fortalecer la competitividad del destino México.

Inversión turística y experiencias de alto valor marcan la estrategia



El enfoque también incluyó el desarrollo de productos turísticos de alto valor, con énfasis en experiencias ligadas a cultura, naturaleza, arte y lujo.

Además, se generaron vínculos con inversionistas interesados en nuevos proyectos, lo que permitirá reforzar la infraestructura turística y sostener el crecimiento del sector en el mediano plazo.

FUENTE

<https://mundoejecutivocdmx.com/turismo/mexico-impulsa-turismo-brasil-alianzas-2026/>

Impulsa CDMX Mundial 'verde' sin plásticos.

Publicado: el 15 abril 2026.

Por: Rodrigo Cerezo

A 56 días del silbatazo inaugural, el Gobierno capitalino presentó un conjunto de acciones para impulsar una CDMX libre de plásticos durante la Copa Mundial de Fútbol 2026.

Entre las medidas anunciadas, autoridades presentaron un distintivo de espacios libres de plásticos de un solo uso, que reconoce a los comercios que cumplen con la normativa de prohibir este tipo de materiales en la Ciudad de México.

"Vamos, en conjunto con las empresas del sector privado, a incentivar el uso de vasos reutilizables en festivales futboleros (Fan Fest) y puntos turísticos importantes, con el fin de generar la menor cantidad de desechables posible", detalló la secretaria de Medio Ambiente local, Julia Álvarez Icaza.

Al respecto, la Jefa de Gobierno, Clara Brugada señaló importante que en el Estadio y festivales futboleros que habrá a lo largo y ancho de la ciudad, se replique esta medida para garantizar *"un Mundial limpio"*.

En este sentido, la mandataria capitalina hizo *"un llamado a nuestra ciudad, a sus habitantes, para que vivamos el Mundial con responsabilidad, con cuidado al Medio Ambiente"*.

También, durante su mensaje, afirmó que el Mundial es una oportunidad para mandar un mensaje al mundo y acelerar la estrategia de separación de residuos, que la Ciudad de México ha implementado a partir del 1 de enero.

Finalmente, anunciaron la implementación de *"estaciones de retorno"* para la separación correcta de residuos en los festivales futboleros y en los FIFA Fan Fest, en alianza con la Asociación Mexicana de Bioplásticos.

FUENTE

<https://24-horas.mx/cdmx/impulsa-cdmx-mundial-verde-sin-plasticos/>



Alistan inauguración de Ciclovía de Tlalpan para este domingo.

Publicado: el 15 abril 2026.

Por: Rodrigo Cerezo

Tras 8 meses de obras, la Ciclovía Gran Tenochtitlán en Calzada de Tlalpan será inaugurada el 19 de abril con una rodada del Zócalo al Estadio Azteca, anunció la Jefa de Gobierno capitalino, Clara Brugada.

“El próximo domingo vamos a inaugurar la Ciclovía. Vamos a empezar desde el Zócalo hasta el Estadio en una rodada y antes vamos a hacer la bicicleta más grande del Mundo”, informó en conferencia.

Brugada propone a empresarios home home office durante el Mundial

Tras el anuncio, la mandataria local informó que se está trabajando en una alianza con el sector privado, para promover el home office durante el período mundialista, con el fin de aportar a la menor generación de tráfico en las avenidas y la reducción de emisiones de CO2.

“Hago una convocatoria a la iniciativa privada, a los empresarios, a todo el conjunto de actores económicos de la ciudad, para que podamos hacer una alianza con el home office, que se utilizó por necesidad cuando la pandemia y después otra vez se abandonó. Necesitamos que el home office regrese a la ciudad y que el trabajo de oficina en el hogar pueda ayudarnos a que en este Mundial podamos tener aire limpio”, mencionó.

La mandataria local invitó a capitalinos a asistir a la inauguración de la Ciclovía de Tlalpan y participar en la rodada que partirá a las 8:30 de la mañana, tras dibujar una bicicleta gigante en el Zócalo de la Ciudad de México.

FUENTE

<https://24-horas.mx/cdmx/alistan-inauguracion-de-ciclovía-de-tlalpan-para-este-domingo/>

Hoteles Grupo Mundo Maya alerta por fraudes vía telefónica.

Publicado: el 15 abril 2026.

Por: Alejandro de la Rosa

La cadena hotelera destacó que se están implementando medidas necesarias para fortalecer sus procesos y evitar la recurrencia de fraudes de esta naturaleza.

Hoteles Grupo Mundo Maya alertó este miércoles en sus redes sociales sobre intentos de fraude telefónico al solicitar pagos directos a cuentas bancarias atribuidas a personal del grupo adscrito a la Secretaría de la Defensa Nacional (Defensa).

La cadena incluye los hoteles: Tulum, Palenque, Chichén Itzá, Calakmul, Tulum Aeropuerto, Edzná y Nuevo Uxmal.

“Algunos clientes han recibido solicitudes de pagos directos a cuentas bancarias, atribuidas falsamente a personal de nuestros hoteles. Los números reportados son: 998 680 1109 y 800 351 0157. Estos números no pertenecen a Grupo Mundo Maya ni a ninguno de nuestros hoteles. Para su seguridad, todas las operaciones deben realizarse únicamente a través de nuestros canales oficiales”, advirtió.

En su comunicación, el grupo detalló: "reafirmamos nuestro compromiso con la transparencia y el bienestar de cada uno de nuestros huéspedes. Estamos implementando las medidas necesarias para fortalecer nuestros procesos y evitar la recurrencia de estas situaciones. Agradecemos de antemano su comprensión y colaboración”.

Además, hizo recomendaciones para la seguridad de huéspedes y clientes:

- Verificar que nuestra comunicación provenga exclusivamente de nuestros canales oficiales.
- No proporcionar datos personales o bancarios a números o correos no verificados.
- Reportar inmediatamente cualquier llamada sospechosa a nuestros medios oficiales.

FUENTE

<https://www.eleconomista.com.mx/empresas/hoteles-grupo-mundo-maya-alerta-fraudes-telefonica-20260415-808890.html>

Lotería Nacional y Panini lanzan álbum retro gratuito rumbo al Mundial 2026.

Publicado: el 15 abril 2026.

Por: Ivana Lamas

Con la entrada en vigor de la Ley General de Economía Circular (LGEC) se redefine el papel del sector turístico dentro de la cadena de valor de los recursos utilizados en la prestación de los servicios.

En el marco de la preparación rumbo a la Copa Mundial de la FIFA 2026, la Lotería Nacional y Panini presentaron el Álbum Conmemorativo Retro de Lotería Nacional y el Fútbol, una edición gratuita que apuesta por preservar y difundir la memoria histórica del país a través del coleccionismo.

A diferencia de los álbumes tradicionales, esta edición no se llenará con estampas, sino con historia. Cada domingo, a partir del 19 de abril y hasta el 5 de julio de 2026, se integrarán dos “cachitos” correspondientes a los Sorteos Zodiaco —siete ordinarios y tres especiales— hasta completar un total de 20 piezas que conformarán la colección.

Durante la presentación, la directora general de Lotería Nacional, Olivia Salomón, subrayó que el proyecto busca recuperar la memoria histórica del fútbol en México y llevarla al ámbito cotidiano. Destacó que este álbum no sólo evoca momentos clave, sino que invita a compartir y reconstruir una identidad colectiva vinculada al deporte.

Por su parte, Marina Benavides señaló que la colaboración entre ambas instituciones responde a una afinidad natural: tanto la lotería como los álbumes forman parte de tradiciones familiares que conectan generaciones. “Es un proyecto que une pasado, presente y futuro en un mismo formato”, afirmó.

En tanto, Gabriela Cuevas Barron destacó el carácter incluyente de la iniciativa, al acercar la experiencia mundialista a toda la población. “Es un álbum que democratiza y demuestra que el Mundial puede estar al alcance de todas y todos”, expresó.

El álbum recupera diseños históricos de billetes emitidos durante los mundiales de 1970 y 1986 en México, e incorpora también un reconocimiento a la Selección Femenil de 1971, ampliando la narrativa hacia una memoria más diversa del fútbol nacional.

El lanzamiento contó con la presencia de exseleccionados nacionales como Alberto García Aspe, Francisco Javier Cruz, Manuel Negrete Arias, Félix Cruz Barbosa-Ríos, así como la exjugadora Alicia Vargas, quienes coincidieron en que el proyecto representa memoria, identidad e ilusión para nuevas generaciones.

El álbum podrá obtenerse de manera gratuita en puntos de venta de Lotería Nacional en todo el país, así como en versión digital a través de su plataforma



en línea. Con esta iniciativa, el coleccionismo, la tradición y la pasión por el fútbol se combinan para acompañar a México en su camino hacia su tercer Mundial como anfitrión.

FUENTE

<https://www.cronica.com.mx/nacional/2026/04/15/loteria-nacional-y-panini-lanzan-album-retro-gratuito-rumbo-al-mundial-2026/>



Rumbo al mundial anfitriones de alojamientos presentan la campaña #EstasEnTuCasa.

Publicado: el 15 abril 2026.

Más de 26 mil alojamientos de estancias eventuales en la capital, forman parte de la oferta turística rumbo a la llegada masiva de turistas.

Ante la llegada estimada de 5.5 millones de visitantes por la Copa Mundial de la FIFA 2026, anfitriones de estancias turísticas en la capital del país presentaron la campaña #EstasEnTuCasa, una iniciativa que busca posicionar la hospitalidad como eje de la experiencia turística, independientemente del tipo de alojamiento que cada persona elija.

La campaña surge en la fase final de preparación de la ciudad rumbo al torneo deportivo, en un contexto de alta demanda de hospedaje. De acuerdo con datos del sector, tan solo en la Ciudad de México existen más de 26 mil alojamientos activos en esquemas de corta estancia, lo que amplía la capacidad de atención a visitantes durante eventos de gran escala.

“México está por recibir al mundo y estamos listos en sumar esfuerzos para que la ciudad y el país estén a la altura de lo que representa un evento global como el Mundial”, señalaron anfitriones de estancias turísticas agrupados y que en su conjunto suman aproximadamente 66,800 fuentes de empleo.

La iniciativa plantea que la experiencia turística en la ciudad no está definida por el tipo de hospedaje, ya sea en sector tradicional como hoteles o estancias turísticas, lo importante señalaron es la hospitalidad y la forma en que se recibe a los visitantes, dijeron al reconocer que la hospitalidad es un rasgo presente tanto en hoteles como en viviendas particulares “si hay algo que caracteriza al mexicano a nivel mundial es su hospitalidad”.

En ese sentido, los anfitriones destacaron que su actividad permite ampliar la cobertura del turismo hacia colonias y barrios donde no hay infraestructura hotelera tradicional, integrando a comercios locales y economías familiares en la dinámica de recepción de visitantes.

“Quienes recibimos visitantes todos los días sabemos que la experiencia turística no empieza en un edificio, sino en la forma en que se recibe a alguien. Esa es la fortaleza de México, y debemos cuidarla entre todos”.

Anfitriones recalcaron la importancia de su participación en la economía de la ciudad, “las estancias turísticas contribuyen a la recaudación vinculada al turismo, al aportar una tasa del 5% al impuesto sobre hospedaje 1.5% más que lo aportado por los hoteles, además de contar con mecanismos fiscales aplicables a exclusivamente a esta actividad” con lo que aseguraron la recaudación fiscal en esta temporada será importante para la capital.

Bajo el concepto “México no se divide por dónde te hospedas; México se construye por quienes te reciben”, la campaña busca centrar la conversación



pública en la experiencia del visitante y en la diversidad de la oferta turística de la capital.

En este contexto, la titular de la Secretaría de Turismo de la Ciudad de México, Alejandra Frausto Guerrero, ha señalado —en el marco de la política turística rumbo a 2026— que el Gobierno capitalino impulsa una estrategia para posicionar a la ciudad como uno de los principales destinos turísticos a nivel global, con el objetivo de convertir al turismo en un eje de transformación en beneficio de la ciudadanía y garantizarlo como un derecho.

Al hacer un balance de la política turística, la funcionaria indicó que hacia este 2026 esta actividad se consolidará como un componente central del desarrollo de la capital, en el marco de la estrategia impulsada por la jefa de Gobierno, Clara Brugada Molina, para fortalecer la proyección internacional de la ciudad más allá de su papel como sede mundialista.

Frausto Guerrero llamó de manera reciente a los actores del sector a diversificar y descentralizar la oferta turística, al señalar que “esta ciudad tiene en su diversidad su mayor riqueza, pero es necesario conocerla, promoverla y ampliar la oferta para incrementar la estancia de los visitantes”.

Por lo anterior, la campaña #EstasEnTuCasa dijeron los anfitriones, se alinea con la estrategia de diversificación y fortalecimiento del turismo en la Ciudad de México, al destacar la hospitalidad como un elemento central de la experiencia del visitante y la participación de distintos modelos de alojamiento.

FUENTE

<https://www.publimetro.com.mx/noticias/2026/04/15/rumbo-al-mundial-anfitriones-de-alojamientos-presentan-la-campana-estasentucasa/>



México avanza en reimpulso del mercado brasileño; acuerda alianzas estratégicas con líderes del sector turístico.

Publicado: el 14 abril 2026.

Comunicado 073/2026.- El jefe de la Unidad de Innovación, Sustentabilidad y Profesionalización Turística, Miguel Aguiñiga Rodríguez, sostuvo una agenda de trabajo con los principales actores de la industria turística de Brasil.

- En el segundo día de actividades del equipo de la Secretaría de Turismo en Brasil, se realizó una agenda de trabajo con los principales actores de la industria turística del país sudamericano.
- Los objetivos de las reuniones conjuntas apuntan a fortalecer la comercialización de destinos mexicanos, ampliar su presencia en catálogos internacionales y desarrollar nuevos productos turísticos.

En el marco de su participación en World Travel Market Latin America 2026, y en representación de la secretaria de Turismo del Gobierno de México, Josefina Rodríguez Zamora, el jefe de la Unidad de Innovación, Sustentabilidad y Profesionalización Turística, Miguel Aguiñiga Rodríguez, sostuvo una agenda de trabajo con los principales actores de la industria turística de Brasil, con el propósito de fortalecer la presencia de México en este mercado prioritario y avanzar en la generación de acuerdos para la atracción de visitantes.

“Brasil es uno de los mercados más relevantes para México en América Latina, no sólo por su tamaño, sino por el perfil de sus viajeros, que buscan experiencias de alto valor. Seguiremos impulsando acciones que nos permitan consolidar su crecimiento y fortalecer nuestra relación turística”, señaló.

Entre las actividades de este miércoles, en el marco de la feria turística internacional de Brasil, se programaron citas para el desarrollo promocional de México con agencias como TP Group, así como reuniones con directivos de cadenas hoteleras como True Hotels, Residence Club y Happy Hotéis. También se acordaron reuniones de trabajo con representantes de la holding de empresas turísticas CVC Corp, así como citas con directivos de BeFly, Aeroméxico, Copa Airlines y LATAM Airlines.

Durante estos encuentros, se establecieron líneas de acción conjuntas orientadas a fortalecer la comercialización de destinos mexicanos, ampliar su presencia en catálogos internacionales y desarrollar nuevos productos turísticos adaptados al mercado brasileño.

En particular, con CVC Corp, el grupo de turismo más grande de Brasil, se acordó dar seguimiento a acciones para fortalecer la promoción del Caribe mexicano y ampliar su posicionamiento en ese mercado.

Asimismo, con representantes de BeFly, se estableció el objetivo de diversificar la presencia de México en segmentos clave como el turismo corporativo, de



incentivos y de placer, identificando nuevas oportunidades de crecimiento en estos nichos.

En materia de conectividad aérea, sostuvo encuentros con directivos de Aeroméxico, Copa Airlines y LATAM Airlines, con quienes se dialogó sobre el fortalecimiento de rutas entre ambos países, así como la identificación de oportunidades para ampliar la conectividad y facilitar el flujo de turistas brasileños hacia México.

En el segmento de alto valor, se reunió con representantes de TP Group (Grupo Teresa Pérez), con quienes se exploraron nuevas oportunidades para el desarrollo de experiencias turísticas personalizadas en México, enfocadas en cultura, arte, naturaleza y lujo.

Como parte de esta agenda, también se llevaron a cabo acercamientos con inversionistas interesados en el desarrollo de proyectos turísticos, lo que permitirá continuar impulsando infraestructura y productos que fortalezcan la competitividad del país.

“México y Brasil comparten una visión de crecimiento en el sector turístico. A través de estas alianzas estratégicas, avanzamos en la construcción de una agenda conjunta que permita generar mayores oportunidades, atraer más visitantes y consolidar un turismo más competitivo y sostenible”, añadió.

La participación de México en World Travel Market Latin America 2026 representa una plataforma clave para fortalecer su posicionamiento en el mercado brasileño, al facilitar la vinculación directa con quienes impulsan la comercialización, conectividad e inversión turística en la región.

FUENTE

<https://www.gob.mx/sectur/articulos/mexico-avanza-en-reimpulso-del-mercado-brasileno-acuerda-alianzas-estrategicas-con-lideres-del-sector-turistico?idiom=es>



Turismo registra en 2025 su mejor año en la historia en contribución a la economía: WTTC.

Publicado: el 14 abril 2026.

Por: Roberto Valadez

Con estos resultados se consolida como un motor del crecimiento mundial, indicó.

El Consejo Mundial de Viajes y Turismo (WTTC) informó el año pasado la contribución del sector al producto interno bruto (PIB) global alcanzó un récord de 11.6 billones de dólares en 2025, equivalente al 9.8 por ciento de la economía mundial.

“El crecimiento del sector de 4.1 por ciento superó en casi 50 por ciento el crecimiento económico global (2.8 por ciento), consolidándolo como uno de los principales motores de expansión a nivel internacional”, indicó.

Señaló que el sector de viajes y turismo reforzó su posición como el de mayor crecimiento a nivel global en 2025.

Asimismo, el WTTC informó que la industria de viajes y turismo generó 366 millones de empleos en todo el mundo, 10.9 por ciento del total de puestos de trabajo a nivel global en 2025, cifra superior a la población total de Estados Unidos, reafirmando su papel clave en la generación de empleo y sustento económico.

De igual forma detalló que el sector fue responsable de uno de cada tres nuevos empleos creados a nivel global.

“Este desempeño confirma que el sector no solo ha sido un motor de recuperación, sino también una fuerza determinante en la configuración del futuro de la economía global”, afirmó el WTTC

Se especificó que los datos del WTTC también evidencian una marcada divergencia regional. Asia-Pacífico se posicionó como la región de mayor crecimiento en 2025, mientras que Norteamérica quedó rezagada frente a otros mercados clave.

Asia-Pacífico registró el mayor crecimiento en contribución al PIB turístico, con un aumento más del 8 por ciento, impulsado por la reapertura de mercados, el incremento de la demanda internacional y una sólida conectividad regional, alcanzando los 3.29 billones de dólares.

En contraste, Norteamérica reportó un crecimiento considerablemente menor, de apenas 1 por ciento, con una contribución al PIB turístico de 3.05 billones de dólares, reflejando desafíos persistentes en la recuperación del turismo internacional y la madurez de sus mercados.



CAMARA DE COMERCIO
SERVICIOS Y TURISMO
CIUDAD DE MEXICO

FUENTE

<https://www.milenio.com/negocios/turismo-registra-ano-historico-contribucion-economica-wttc>