



La hotelería organizada redefine su hoja de ruta digital en la Asamblea IT 2026 de la ANCH.

Publicado: el 17 febrero 2026.

La Asociación Nacional de Cadenas Hoteleras (ANCH) reunió a los principales tomadores de decisión del sector en la Asamblea IT: Tendencias Tecnológicas en la Hospitalidad 2026, un encuentro que dejó claro que la transformación digital ya no es un proyecto paralelo: es el eje central de la estrategia hotelera.

Acompañados por socios tecnológicos como Shiji Group, Amadeus, Adyen, Amazon Web Services y Ubicua Soluciones, los líderes del sector delinearon una agenda común donde digitalización, ciberseguridad, pagos inteligentes y una visión 360° del huésped se consolidan como prioridades estratégicas.

La tecnología como motor comercial

Uno de los mensajes más contundentes de la jornada fue que la tecnología dejó de ser un área de soporte técnico para convertirse en el corazón del modelo de negocio. Hoy, la inversión tecnológica ya no se evalúa solo como infraestructura (CAPEX), sino como palanca directa de generación de ingresos.

La agenda 2024–2025 de los Consejos de Administración refleja ese giro: el 41% de la inversión digital se orienta a adquisición de clientes y el 34% a experiencia del usuario. En otras palabras, la conversación ya no es “qué sistema instalar”, sino cómo la tecnología impacta ventas, fidelidad y rentabilidad.

Un ejemplo tangible de esta evolución es el hito alcanzado por Hyatt y Shiji Group con la instalación número 400 del sistema Infrasy POS, consolidando un ecosistema integral para alimentos y bebidas dentro de una arquitectura digital unificada.

IA: entre la intención y la ejecución

La Inteligencia Artificial ocupa el centro del debate. El 86% de los ejecutivos reconoce que generará valor tangible en la operación hotelera; sin embargo, solo un 15% reporta una implementación madura. La brecha entre visión y ejecución sigue siendo el gran desafío.

Las aplicaciones con mayor potencial inmediato son claras: pagos sin contacto, automatización de procesos y uso de IA generativa en marketing y redes sociales. Además, el dato es contundente: el 50% de los turistas ya utiliza herramientas de IA para planear sus viajes, y los hoteles que han integrado estas soluciones en su estrategia digital reportan incrementos de hasta 22% en ventas.

Aquí la clave no es sustituir el factor humano, sino potenciarlo. Automatización, datos y talento deben converger en una operación más ágil y personalizada.



Ciberseguridad: una prioridad estructural

Si la digitalización avanza, también lo hacen los riesgos. La hotelería es uno de los sectores más expuestos a ataques globales como ransomware. Durante la asamblea se subrayó que el 90% de las vulnerabilidades proviene del factor humano —contraseñas débiles y phishing—, lo que obliga a replantear protocolos internos.

La transición hacia autenticación biométrica, gestión automatizada de dispositivos y seguridad integrada desde el hardware deja de ser opcional. En un entorno donde se manejan datos sensibles —pasaportes, información biométrica y financiera—, blindar la infraestructura tecnológica es también proteger la reputación de marca.

Pagos: de back-office a ventaja competitiva

La experiencia de pago se ha convertido en un punto crítico de conversión. El 40% de los huéspedes abandona una reserva si no encuentra su método de pago preferido. La fragmentación tecnológica y los sistemas desconectados generan fricción, costos ocultos y complicaciones en conciliación financiera.

La tendencia apunta hacia el “comercio unificado”, impulsado por plataformas como Adyen, donde tokenización y automatización permiten elevar estándares de seguridad sin sacrificar agilidad. Automatizar procesos financieros libera recursos humanos para enfocarse en servicio e innovación.

Arquitectura cloud y perfil único del huésped

La migración hacia modelos cloud-native, respaldados por soluciones de Amazon Web Services y Shiji Group, permite construir un perfil único del huésped a nivel global. Centralizar datos elimina la fragmentación histórica entre propiedades y habilita personalización real en todas las etapas del viaje: búsqueda, reserva, estancia y post-estancia.

La modernización del PMS deja de ser una actualización técnica para convertirse en una decisión estratégica de expansión, resiliencia y escalabilidad internacional.

Seguridad y responsabilidad social rumbo a grandes eventos

Más allá de la agenda tecnológica, la ANCH anunció la implementación de protocolos contra la violencia alineados con estándares de UNICEF y, de cara a la próxima Copa Mundial, una colaboración estratégica con la Secretaría de Seguridad Federal para blindar y monitorear rutas turísticas que conectan las sedes en México.

La seguridad, tanto digital como física, se consolida como un componente integral de la competitividad del destino.

Una visión compartida



La Asamblea IT 2026 dejó un mensaje claro: la modernización del sector no depende de una sola tecnología, sino de la articulación entre cadenas hoteleras, proveedores tecnológicos y autoridades.

México avanza hacia un ecosistema hotelero más conectado, seguro y resiliente, donde la experiencia del huésped es el centro y la tecnología, el habilitador estratégico. La transformación ya está en marcha; ahora el reto es ejecutarla con profundidad y coherencia.

DATOS DUROS

- La agenda 2024–2025 de los Consejos de Administración refleja ese giro: el 41% de la inversión digital se orienta a adquisición de clientes y el 34% a experiencia del usuario. En otras palabras, la conversación ya no es “qué sistema instalar”, sino cómo la tecnología impacta ventas, fidelidad y rentabilidad.
- Un ejemplo tangible de esta evolución es el hito alcanzado por Hyatt y Shiji Group con la instalación número 400 del sistema Infrasy POS, consolidando un ecosistema integral para alimentos y bebidas dentro de una arquitectura digital unificada.
- Las aplicaciones con mayor potencial inmediato son claras: pagos sin contacto, automatización de procesos y uso de IA generativa en marketing y redes sociales. Además, el dato es contundente: el 50% de los turistas ya utiliza herramientas de IA para planear sus viajes, y los hoteles que han integrado estas soluciones en su estrategia digital reportan incrementos de hasta 22% en ventas.
- Durante la asamblea se subrayó que el 90% de las vulnerabilidades proviene del factor humano —contraseñas débiles y phishing—, lo que obliga a replantear protocolos internos.

FUENTE

<https://pasilloturistico.com/la-hoteleria-organizada-redefine-su-hoja-de-ruta-digital-en-la-asamblea-it-2026-de-la-anch/>

Combustibles Sostenibles de Aviación: ASA traza la ruta hacia el futuro aéreo de México.

Publicado: el 17 febrero 2026.

Por: Damaris Sánchez

ASA proyecta la construcción de plantas en CDMX y Cancún para integrar Combustibles Sostenibles de Aviación, buscando cumplir la meta de cero emisiones netas para 2050.

Aeropuertos y Servicios Auxiliares (ASA) presentó su estrategia para integrar los Combustibles Sostenibles de Aviación (SAF, por sus siglas en inglés), consolidando así el liderazgo de México en la descarbonización del transporte aéreo.

La Hoja de Ruta para un cielo sin emisiones

Bajo la dirección del Capitán Carlos Manuel Merino Campos, ASA ha coordinado esfuerzos con dependencias clave como la SICT, SENER, SADER y SEMARNAT. El objetivo primordial es alinear la regulación mexicana con los estándares de la Organización de Aviación Civil Internacional (OACI) para alcanzar la ambiciosa meta de cero emisiones netas para el año 2050.

Este proyecto no solo busca reducir el impacto ambiental, sino también fortalecer la competitividad del sector. Tras realizar cuatro mesas técnicas de trabajo, se definieron los pasos críticos para garantizar la viabilidad técnica y económica del suministro de energéticos limpios en el país.

Infraestructura en CDMX y Cancún con Combustibles Sostenibles de Aviación

Uno de los puntos más relevantes del plan es la proyección de plantas especializadas para el manejo de estos insumos. En una primera etapa, ASA contempla ubicaciones estratégicas en la Ciudad de México y Cancún. Estas instalaciones se destinarán, en el corto plazo, a la mezcla de los Combustibles Sostenibles de Aviación con la turbosina convencional, facilitando una transición energética gradual pero firme.

Actualmente, ASA opera una red nacional que abastece más de 5 mil 400 millones de litros anuales, lo que otorga al organismo la capacidad logística necesaria para liderar esta transformación.

Innovación académica y talento mexicano

El impulso a esta tecnología también ha llegado a las aulas. Durante el concurso nacional "Sustainable Aviation Fuels México 2025", diversas universidades presentaron proyectos para producir turbosina verde a partir de residuos agrícolas. Estos esfuerzos cuentan con el respaldo de Pemex y el Instituto Nacional de Ecología y Cambio Climático, asegurando que el país desarrolle



CAMARA DE COMERCIO
SERVICIOS Y TURISMO
CIUDAD DE MEXICO

tecnología propia para la producción masiva de Combustibles Sostenibles de Aviación.

FUENTE

<https://mvsnoticias.com/nacional/2026/2/17/combustibles-sostenibles-de-aviacion-asa-traza-la-ruta-hacia-el-futuro-aereo-de-mexico-730822.html>

Skål México consolida su liderazgo nacional en turismo durante su primera Junta Nacional 2026 en Puebla.

Publicado: el 17 febrero 2026.

Skål México celebró su Primera Junta Nacional en la ciudad de Puebla con la participación de 160 asistentes, entre presidentes y representantes de las 27 asociaciones que integran la red nacional, en un encuentro enfocado en la articulación estratégica y el fortalecimiento institucional del sector turístico.

Durante la sesión se presentó el Informe de Actividades 2025 y el plan de trabajo del nuevo Comité Ejecutivo, conformado por Rodrigo Álvarez y Jiménez (Presidente), Gonzalo Novelo (Vicepresidente 1), Maru Moreno (Vicepresidenta 2), Javier Ruiz Hermoso (Secretario) y Carlos Ramírez (Tesorero). Este equipo refrenda el compromiso de la organización con la profesionalización, la innovación y la competitividad del turismo nacional.

Uno de los ejes centrales de la Junta fue la presentación del Convenio de Colaboración con los principales organismos empresariales del país, iniciativa impulsada por Skål que posiciona a la organización como un actor clave en la construcción de agendas conjuntas para el desarrollo del sector.

Asimismo, se informaron los convenios estratégicos en proceso con BBVA, la Red de Universidades Anáhuac y el Tecnológico de Monterrey, enfocados en generar beneficios concretos para los socios Skål y fortalecer el capital humano, financiero y académico del turismo en México.

El encuentro contó con la presencia de Andrés Hayes, presidente mundial de Skål International, y de Carla López-Malo, Secretaria de Desarrollo Turístico del Estado de Puebla, quienes destacaron el papel de Skål como plataforma de diálogo, cooperación y liderazgo global.

En su mensaje, el Presidente Nacional señaló que esta Primera Junta representa un punto de inflexión en la consolidación de Skål México como la organización profesional de turismo más influyente del país, con capacidad para incidir en políticas públicas, proyectos de inversión, formación de talento y posicionamiento internacional. *“Hoy, Skål México no solo representa a profesionales del turismo: articula voluntades, genera alianzas y construye futuro para la industria nacional”*, afirmó Rodrigo Álvarez.

Con esta reunión, Skål México reafirma su papel como organismo articulador del sector y promotor de un turismo competitivo, sostenible e incluyente, alineado con los desafíos del siglo XXI y con una clara proyección internacional.

FUENTE

<https://www.nexosturisticos.com.mx/skal-mexico-consolida-su-liderazgo-nacional-en-la-junta-nacional-2026-en-puebla/>



Presentan el Charro Bus mundialista para la fiesta del futbol.

Publicado: el 17 febrero 2026.

Por: 24 horas

Rumbo al Mundial y en aras de darle un recibimiento especial a todos los turistas, Capital Bus presentó el Charro Bus 2026 Mundialista CDMX, un autobús turístico que presenta un diseño especial a cargo de Milla Arte Diseño, muralista mexicana y el fotógrafo Francisco González. La Secretaría de Turismo Federal y la Secretaría de Turismo de la CDMX, Capital Bus y el influencer y embajador turístico El Charro González, aseguraron que con esto se busca posicionar al turismo como parte de un desarrollo económico, cultural y social del país. De cara al Mundial, “nada nos une como el futbol y en estos tiempos es vital encontrar lo que nos une. La pelota traspasa fronteras, idiomas y culturas. Por ello propuse que el arte incluyera de un lado diversas banderas y la palabra “bienvenido” en diferentes idiomas, dijo El Charro González.

FUENTE

https://drive.google.com/file/d/1K_TKlwrcJR1eg6qEoUVXo3v34jiugAh3/view



Mundial Social 2026: tres Récord Guinness proyectarán a México como destino turístico.

Publicado: el 16 febrero 2026.

Comunicado 031 / 2026.- La secretaria de Turismo del Gobierno de México, Josefina Rodríguez Zamora, informó que el próximo 27 de febrero el estado de Chiapas será sede del evento Guinness World Record: “La imagen más grande de una playera formada por personas”, una iniciativa que convocará a miles de participantes para conformar una figura monumental y establecer una nueva marca mundial.

- La secretaria de Turismo, Josefina Rodríguez Zamora, informó que el 27 de febrero Chiapas será sede del Guinness World Record “La imagen más grande de una playera formada por personas”, como parte de las acciones del Mundial Social 2026.
- El secretario estatal Segundo Guillén Gordillo subrayó que el turismo es una palanca de desarrollo social para Chiapas, al involucrar directamente a comunidades, ejidos y pueblos.
- Junto con la aplicación Conoce México y el programa Fiestas de México, esta iniciativa busca posicionar a las entidades federativas en el escenario internacional, fortalecer el orgullo colectivo y proyectar nuevas rutas y destinos.

La secretaria de Turismo del Gobierno de México, Josefina Rodríguez Zamora, informó que el próximo 27 de febrero el estado de Chiapas será sede del evento Guinness World Record: “La imagen más grande de una playera formada por personas”, una iniciativa que convocará a miles de participantes para conformar una figura monumental y establecer una nueva marca mundial.

Subrayó que esta actividad se enmarca en las acciones estratégicas del Gobierno de México como parte del Mundial Social rumbo a la Copa del Mundo 2026, con el objetivo de que la máxima justa deportiva sea una experiencia incluyente y accesible, que trascienda las canchas para convertirse en una plataforma de cohesión social, promoción cultural y posicionamiento turístico para todas y todos en el país.

“Este Récord Guinness es uno de los tres que tendremos con miras al Mundial. La Presidenta Claudia Sheinbaum Pardo nos pidió impulsar acciones que aprovechen esta gran ventana de promoción turística que tendrá México en 2026”, subrayó.

Adicionalmente, explicó que se tendrán otros dos Récords; uno en Ciudad de México, en donde se buscará romper la marca de “La clase de fútbol más grande del mundo”, evento que se realizará el domingo 14 de marzo en la Plaza de la Constitución; así como “El Mural de Fútbol más grande”, a ejecutarse en Baja California, el 30 de mayo.

Acompañada del secretario de Turismo de Chiapas, Segundo Guillén Gordillo, en las instalaciones de Punto México de la Secretaría de Turismo, explicó que,



junto con la aplicación Conoce México y la estrategia Fiestas México, estos récords buscan posicionar a las entidades federativas en el panorama internacional, fortalecer la identidad nacional y motivar a las y los visitantes a recorrer el país antes, durante y después del Mundial.

Por su parte, el secretario de Turismo estatal, Segundo Guillén Gordillo, agradeció el respaldo del Gobierno de México y destacó que el evento posicionará a Chiapas en una vitrina internacional sin precedentes, al tiempo que refrenda al turismo como una palanca de desarrollo social que integra a comunidades, ejidos y pueblos; asimismo, invitó a participar este 27 de febrero y ser testigos del Récord que se busca romper.

“Para nosotros, hablar de turismo es hablar de desarrollo social. Nuestra aspiración es convertirnos en el destino más importante de México en el segmento de naturaleza, y hacia allá está enfocada nuestra estrategia. Chiapas es un estado seguro y los vamos a recibir como en casa”, expresó.

La titular de Sectur señaló que este evento busca hacer historia al promover la unidad, la participación ciudadana y el orgullo colectivo, en línea con la visión del Mundial Social; asimismo, explicó que la realización de estos récords en distintas entidades permitirá posicionar a México en el panorama mundial y dar visibilidad a diversos destinos, iniciando en Chiapas este 27 de febrero con la convocatoria a miles de jóvenes para conformar la camiseta más grande.

Asimismo, destacó que Chiapas vive un momento turístico relevante, con más de 4.5 millones de visitantes en 2025, especialmente en el segmento de naturaleza y ecoturismo, y adelantó que se trabaja para concretar el primer vuelo internacional directo hacia la entidad, lo que fortalecerá su conectividad de cara al Mundial.

“No solo esperamos más visitantes durante el Mundial; existen estudios que muestran que muchos regresan al año siguiente a los lugares que descubrieron. Por eso esta es una gran ventana de oportunidad para todo México”, enfatizó.

Por su parte, la enlace y representante comercial de Guinness World Records, Ingrid Paola Rodríguez Borja, reconoció el impulso del Gobierno de México para utilizar este tipo de iniciativas como herramientas de promoción turística nacional e internacional.

“No se trata solamente de superar una marca anterior. Se trata de una expresión visual de identidad, unión, pasión y hospitalidad de México. Esta imagen monumental no es solo una camiseta; es un símbolo del país diciéndole al mundo: bienvenidos al Mundial, esta es su casa”, concluyó.

DATOS DUROS

- Chiapas vive un momento turístico relevante, con más de 4.5 millones de visitantes en 2025, especialmente en el segmento de naturaleza y ecoturismo, y adelantó que se trabaja para concretar el primer vuelo



internacional directo hacia la entidad, lo que fortalecerá su conectividad de cara al Mundial.

FUENTE

<https://www.gob.mx/sectur/articulos/mundial-social-2026-record-guinness-en-chiapas-proyectara-a-mexico-y-al-estado-como-destinos-turisticos?idiom=es>

CDMX y Beijing celebran alianza de cooperación turística y cultural.

Publicado: el 16 febrero 2026.

Por: Rodrigo Cerezo

A través de la Secretaría de Turismo local, la Ciudad de México (CDMX) celebró un acuerdo con la Oficina de Cultura y Turismo Municipal de Beijing, para fortalecer los intercambios turísticos, culturales y de promoción entre ambas ciudades.

El memorandum de entendimiento tiene como objetivo promover el crecimiento del sector turístico en ambas ciudades mediante cooperación institucional, intercambio de información y acciones conjuntas de promoción.

En la ceremonia, que se realizó en el Antiguo Colegio de San Ildefonso, la secretaria de Turismo de la Ciudad de México, Alejandra Frausto, destacó que este acuerdo es por una agenda sostenida de trabajo con la República Popular China, con orientación a construir puentes culturales y oportunidades compartidas.

El Memorándum establece diversas modalidades de cooperación, entre ellas el apoyo mutuo en exposiciones y eventos turísticos, el impulso a nuevas rutas aéreas y la colaboración entre aerolíneas y aeropuertos, el intercambio de agentes de viaje y especialistas, así como el desarrollo y comercialización conjunta de productos turísticos.

También contempla el fortalecimiento de la formación profesional, la investigación y el marketing turístico entre ambas partes.

FUENTE

<https://24-horas.mx/cdmx/cdmx-y-beijing-celebran-alianza-de-cooperacion-turistica-y-cultural/>



CIUDAD DE MÉXICO Y BEIJING FIRMAN MEMORÁNDUM DE ENTENDIMIENTO PARA FORTALECER LA COOPERACIÓN TURÍSTICA Y CULTURAL.

Publicado: el 16 febrero 2026.

La Secretaría de Turismo de la Ciudad de México y la Oficina de Cultura y Turismo Municipal de Beijing firmaron un Memorándum de Entendimiento (MOU) que consolida una alianza estratégica para fortalecer los intercambios turísticos, culturales y de promoción entre ambas capitales. El acto se realizó en el Antiguo Colegio de San Ildefonso, uno de los recintos históricos más emblemáticos de la ciudad.

La firma representa un paso significativo en la relación entre México y China, basada en la amistad, el respeto mutuo y la convicción de que el turismo es un instrumento de desarrollo económico, encuentro social y entendimiento entre pueblos. El acuerdo tiene como objetivo promover el crecimiento del sector turístico en ambas ciudades mediante cooperación institucional, intercambio de información y acciones conjuntas de promoción.

Durante la ceremonia, realizada en el Antiguo Colegio de San Ildefonso, la secretaria de Turismo de la Ciudad de México, Alejandra Frausto Guerrero, destacó que este acuerdo es resultado de una agenda sostenida de trabajo con la República Popular China, orientada a construir puentes culturales y oportunidades compartidas. Señaló que ambas capitales comparten una profunda herencia histórica, una identidad vibrante y una visión de futuro basada en la innovación y la inclusión.

El Memorándum establece diversas modalidades de cooperación, entre ellas el apoyo mutuo en exposiciones y eventos turísticos, el impulso a nuevas rutas aéreas y la colaboración entre aerolíneas y aeropuertos, el intercambio de agentes de viaje y especialistas, así como el desarrollo y comercialización conjunta de productos turísticos. También contempla el fortalecimiento de la formación profesional, la investigación y el marketing turístico entre ambas partes.

Asimismo, ambas ciudades acordaron utilizar activamente sus plataformas de promoción para difundir los atractivos turísticos de la otra parte, intercambiar materiales informativos y realizar campañas conjuntas en ferias y eventos internacionales, con el fin de posicionar a la Ciudad de México y a Beijing como destinos de alcance global.

La ceremonia contó con la presencia de Sr. Xu Zhentao, Director General de la Oficina de Cultura y Turismo de la Municipalidad de Beijing, quien expresó que la firma de este acuerdo coincide con vastas actividades culturales realizadas en México para conmemorar el Año Nuevo Lunar, Año del Caballo de Fuego, como desfiles tradicionales y concursos temáticos, y con los festejos por el 54 aniversario del establecimiento de relaciones diplomáticas entre ambos países, iniciadas el 14 de febrero de 1972.

También estuvieron presentes el consejero de la Embajada de China en México, Yang Chuanying; Liu Qingshuang, Director del Centro Cultural de Beijing en el Extranjero; Miguel Aguiñiga, Titular de la Unidad de Innovación, Sustentabilidad



y Profesionalización Turística de la Secretaría de Turismo del Gobierno de México; Patricia Quiles, Directora General de Diplomacia Turística y Conectividad de la Secretaría de Relaciones Exteriores, Eduardo Vázquez, Director del Antiguo Colegio de San Ildefonso, y Rocío Lombero, Coordinadora de Asuntos Internacionales del Gobierno de la Ciudad de México.

Este acuerdo tendrá una vigencia inicial de tres años, renovable automáticamente, y permitirá desarrollar proyectos de cooperación específicos que beneficien a visitantes, empresas turísticas y comunidades locales de ambas ciudades.

Esta alianza es resultado de una estrategia integral que la Ciudad de México ha desarrollado en China para posicionarse como un destino cultural, urbano y experiencial de referencia. Durante los últimos años se han impulsado acciones como presencia digital en plataformas chinas, participación en ferias internacionales, alianzas con empresas estratégicas, producción de materiales en mandarín, capacitación especializada para atender a este mercado y promoción mediática en ese país. Estos esfuerzos han permitido fortalecer la conectividad, ampliar la cooperación institucional y generar un crecimiento sostenido en la llegada de visitantes chinos, especialmente rumbo al Mundial de Fútbol 2026.

Con esta firma, la Ciudad de México reafirma su vocación global y su compromiso con un turismo sostenible, incluyente y culturalmente significativo, consolidándose como un puente entre América Latina y Asia y como una capital abierta al mundo.

FUENTE

<https://www.turismo.cdmx.gob.mx/comunicacion/nota/ciudad-de-mexico-y-beijing-firman-memorandum-de-entendimiento-para-fortalecer-la-cooperacion-turistica-y-cultural>

Turismo perfila al cine como eje estratégico de promoción nacional.

Publicado: el 16 febrero 2026.

Por: Ángeles García

La Secretaría de Turismo (Sectur) federal perfila el turismo cinematográfico como parte estructural de su estrategia de promoción internacional.

Lo anterior tiene el objetivo de recuperar producciones extranjeras, así como convertir al cine en un detonador económico y de posicionamiento rumbo a 2026.

"El planteamiento implica reconocer que México perdió competitividad frente a otros países en la atracción de rodajes internacionales y que ahora busca revertir esa tendencia mediante una intervención más directa del gobierno federal", expuso la Secretaría durante la conferencia de prensa sobre los Récords Guinness 2026.

Filmaciones en el extranjero por falta de incentivos federales

La titular de la dependencia, Josefina Rodríguez Zamora, admitió que durante los últimos años diversas producciones optaron por filmar fuera del país debido a la falta de estímulos federales que hicieran competitiva la oferta mexicana frente a otras naciones.

"Varias producciones se estaban yendo a otros países por falta de incentivos federales. Hoy estamos trabajando para que eso cambie, para que México vuelva a ser competitivo y para que las producciones encuentren acompañamiento, facilidades y condiciones que les permitan filmar aquí", señaló.

La funcionaria explicó que la nueva visión no contempla al cine, únicamente, como una expresión cultural o artística, sino como una herramienta económica capaz de generar derrama en distintos sectores vinculados al turismo.

"El turismo cinematográfico no es solamente la filmación de una película; implica habitaciones ocupadas, implica empleo para muchas personas, implica logística, implica promoción internacional. Cada producción se convierte en una ventana que muestra al mundo nuestros destinos", sostuvo.

Aunque no detalló montos específicos ni el diseño final de los estímulos, indicó que el gobierno federal trabaja en esquemas de acompañamiento que permitan coordinar esfuerzos con estados y comisiones locales de filmación.

Esto con el fin de agilizar permisos, facilitar logística y generar condiciones competitivas frente a países que ofrecen paquetes fiscales consolidados.

Cine, detonador de flujos turísticos

La estrategia también parte de un precedente que, según la secretaria, demuestra el potencial del cine como detonador de flujos turísticos.



Como ejemplo, mencionó el impacto internacional de la cinta llamada “Coco”, producción que incrementó el interés de visitantes extranjeros por destinos vinculados al Día de Muertos.

“El cine crea deseo de viaje. Lo vimos con ‘Coco’: muchas personas quisieron venir a conocer nuestras tradiciones y nuestros destinos después de ver esa historia. Ese es el poder que tiene una producción cuando conecta emocionalmente con el público”, expresó.

El planteamiento se inserta en la estrategia de posicionamiento internacional vinculada a la Copa Mundial 2026, evento que el gobierno federal considera una plataforma de exposición global sin precedentes.

La titular añadió que la intención es que, más allá del impacto inmediato del evento deportivo, las producciones audiovisuales ayuden a sostener la visibilidad de México en el mediano y largo plazo.

FUENTE

<https://www.milenio.com/negocios/turismo-perfila-cine-eje-estrategico-promocion-nacional>



CONCANACO impulsa “La Gran Escapada”, el “Buen Fin del Turismo”, para convertir el récord turístico en ventas para el comercio local.

Publicado: el 16 febrero 2026.

CONCANACO impulsa “La Gran Escapada”, el “Buen Fin del Turismo”, para convertir el récord turístico en ventas para el comercio local.

- *México recibió 10.13 millones de visitantes en diciembre de 2025 (+12.3% anual); 5.22 millones fueron turistas internacionales (+9%), reportó Sectur.*
- *El ingreso de divisas por visitantes internacionales alcanzó 3,772 millones de dólares (+1.9%); CONCANACO llama a sumar promociones y experiencias para que la derrama se quede en destinos y negocios formales.*

Con el turismo mexicano cerrando 2025 con cifras históricas, la Confederación de Cámaras Nacionales de Comercio, Servicios y Turismo (CONCANACO SERVYTUR) anunció el impulso de “La Gran Escapada”, iniciativa conocida como “el Buen Fin del Turismo”, para acelerar la derrama turística y fortalecer el consumo en comercios locales.

De acuerdo con Josefina Rodríguez Zamora, secretaria de Turismo del Gobierno de México, en diciembre de 2025, México recibió 10.13 millones de visitantes, un crecimiento de 12.3% frente al mismo mes de 2024; además, llegaron 5.22 millones de turistas internacionales, 9% más en comparación anual. En ese mismo mes, el ingreso de divisas por visitantes internacionales alcanzó 3,772 millones de dólares, 1.9% por encima del año anterior.

En ese mismo mes, el ingreso de divisas por visitantes internacionales alcanzó 3,772 millones de dólares, 1.9% por encima del año anterior.

“Estas cifras hablan del trabajo de miles de familias y negocios que reciben, atienden y hacen memorable cada visita. Reconocemos ese logro y reafirmamos nuestro compromiso para que el turismo siga creciendo y se quede en la comunidad, impulsando consumo local. Con La Gran Escapada, conectamos a viajeros con ofertas y experiencias que mueven la economía del destino”, expresó Octavio de la Torre de Stéfano, presidente de CONCANACO SERVYTUR.

CONCANACO SERVYTUR subrayó que esta tendencia abre una oportunidad directa para dinamizar el mercado interno: “cuando el turismo crece, crecen también las ventas del comercio y los servicios que sostienen el empleo en comunidades y barrios”. La propia cadena turística integra a artesanas y artesanos, guías, hotelería, prestadores de servicios, cocineras tradicionales, transportistas, agentes de viajes y comunidades locales, entre otros actores.



En ese contexto, La Gran Escapada busca convertir el interés por viajar en ventas reales para las micro, pequeñas y medianas empresas, mediante promociones claras, paquetes y experiencias con identidad local —hospedaje, gastronomía, comercio, artesanías y servicios— priorizando confianza, formalidad y buena experiencia del visitante.

La Confederación destacó que 2026 se perfila como un año de alta proyección turística, en el marco del año mundialista, y reiteró su disposición a coordinar esfuerzos con gobiernos estatales y municipales, así como con actores públicos y privados, para consolidar un modelo turístico más sólido e incluyente.

DATOS DUROS

- México recibió 10.13 millones de visitantes en diciembre de 2025 (+12.3% anual); 5.22 millones fueron turistas internacionales (+9%), reportó Sectur.
- El ingreso de divisas por visitantes internacionales alcanzó 3,772 millones de dólares (+1.9%); CONCANACO llama a sumar promociones y experiencias para que la derrama se quede en destinos y negocios formales.
- De acuerdo con Josefina Rodríguez Zamora, secretaria de Turismo del Gobierno de México, en diciembre de 2025, México recibió 10.13 millones de visitantes, un crecimiento de 12.3% frente al mismo mes de 2024; además, llegaron 5.22 millones de turistas internacionales, 9% más en comparación anual. En ese mismo mes, el ingreso de divisas por visitantes internacionales alcanzó 3,772 millones de dólares, 1.9% por encima del año anterior.
- En ese mismo mes, el ingreso de divisas por visitantes internacionales alcanzó 3,772 millones de dólares, 1.9% por encima del año anterior.

FUENTE

<https://www.concanaco.org/blog/comunicados-de-prensa-4/concanaco-impulsa-la-gran-escapada-el-buen-fin-del-turismo-para-convertir-el-record-turistico-en-ventas-para-el-comercio-local-1484>



Promueve Sectur-CDMX el Festival de Flores y Chocolate 2026.

Publicado: el 16 febrero 2026.

Con la participación de 40 stands de productores y artesanos, integrados por una amplia muestra de chocolateros, cafeteros, cocineras y cocineros tradicionales, así como floristas provenientes de distintos puntos de la Ciudad de México y de otras entidades del país, se lleva a cabo el Festival de Flores y Chocolate 2026, un encuentro que celebra el mes del amor a través de la gastronomía, la floricultura y la cultura tradicional mexicana.

De acuerdo con la Secretaría de Turismo de la Ciudad de México, la oferta incluye chocolates artesanales, cacao en diversas presentaciones, bebidas tradicionales, café, cocina típica, arreglos florales y propuestas de diseño floral, consolidando un espacio que impulsa el comercio local, la economía creativa y el turismo cultural.

El Festival de Flores y Chocolate 2026, realizado en colaboración con Hypatia – asociación especializada en temas de Patrimonio, como lo es la conservación e impulso del cacao–, se enmarca en la estrategia de la Ciudad de México para promover experiencias turísticas de calidad, fortalecer las cadenas productivas locales y poner en valor la diversidad cultural y gastronómica que distingue a la capital del país. Además, se suma a la agenda de actividades que posicionan a la ciudad como un destino vibrante, hospitalario y lleno de vida durante todo el año.

El festival se lleva a cabo del 13 al 15 de febrero, en un horario de 11:00 a 20:00 horas, en el Monumento a la Revolución, ubicado en la Alcaldía Cuauhtémoc.

FUENTE

<https://inversion-turistica.com/2026/02/16/promueve-sectur-cdmx-el-festival-de-flores-y-chocolate-2026/>

Mundial Social 2026: tres Récord Guinness impulsarán el turismo en México.

Publicado: el 16 febrero 2026.

Por: Andrea Meza

México se prepara para capitalizar la visibilidad internacional de la Copa Mundial de Fútbol 2026 con una estrategia que va más allá del evento deportivo. A través del Mundial Social 2026, el país buscará romper tres Récord Guinness como parte de una narrativa integral para proyectar a México como destino turístico ante audiencias globales.

El objetivo no es únicamente establecer marcas mundiales, sino generar identidad, cohesión social y una plataforma de promoción que amplifique la presencia del país antes, durante y después del Mundial.

Una estrategia turística paralela al Mundial 2026

La edición 2026 de la Copa Mundial será histórica: por primera vez contará con 48 selecciones y será organizada de manera conjunta por México, Estados Unidos y Canadá. En ese contexto, el Gobierno de México ha impulsado el programa Mundial Social 2026 como una agenda complementaria enfocada en cultura, deporte y promoción turística.

Esta estrategia reconoce que el impacto del Mundial no se limita a los días de competencia. Se trata de construir una narrativa país que motive viajes extendidos, rutas alternas y experiencias que trasciendan las sedes oficiales.

Tres Récord Guinness como herramientas de promoción

La imagen humana de camiseta más grande del mundo

El primer intento se realizará en Chiapas, donde miles de personas formarán la figura de una camiseta monumental. Más allá del récord, el evento busca posicionar al estado como destino turístico previo al Mundial, destacando su riqueza cultural y natural.

La clase de fútbol más grande del mundo

En la Ciudad de México, la Plaza de la Constitución será escenario de una clase masiva de fútbol que buscará obtener un Récord Guinness. La acción conecta deporte y comunidad en un espacio icónico del país, generando visibilidad mediática nacional e internacional.

El mural de fútbol más grande

Baja California Sur albergará el tercer intento con la creación del mural de fútbol más grande del mundo. Esta iniciativa integra arte urbano y turismo como parte de la narrativa visual del Mundial Social 2026.



Impacto turístico del Mundial Social 2026

Cohesión social y marca país

El Mundial Social 2026 funciona como herramienta de branding territorial. La participación ciudadana en estos récords proyecta una imagen de país activo, culturalmente vibrante y preparado para recibir visitantes internacionales.

Diversificación de destinos

Estados como Chiapas y Baja California Sur aprovechan la plataforma para posicionarse ante el flujo turístico que generará el Mundial 2026. Esto abre oportunidades para promover naturaleza, cultura, gastronomía y experiencias complementarias.

Proyección internacional

Con la expectativa de millones de visitantes extranjeros durante el Mundial, estas acciones anticipadas permiten a México mantener presencia mediática constante y ampliar la conversación más allá del calendario oficial de partidos.

Más que récords: una estrategia rumbo a 2026

El Mundial Social 2026 y sus tres intentos de Récord Guinness forman parte de una estrategia más amplia para consolidar a México como destino competitivo a nivel global. La combinación de deporte, identidad cultural y promoción turística busca maximizar el impacto económico y mediático del Mundial.

De esta manera, el país no solo será sede de partidos, sino protagonista de una narrativa turística que puede extender beneficios más allá de 2026.

DATOS DUROS

- Exhibición mínima garantizada de 10% de cine mexicano en salas.
- Revisión semestral y ajustes semanales de cartelera.
- Ampliación del tiempo mínimo en pantalla de 7 a 14 días.
- Refuerzo de promoción en plataformas digitales con secciones dedicadas a producciones nacionales.
- Durango levanta la mano: Lleva 71 años siendo escenario del cine.
- De acuerdo con la secretaria de Turismo Elisa María Haro Ruiz, la entidad cuenta con ventajas competitivas en el sector derivadas de más de 70 años de experiencia en la industria y la diversidad de locaciones con las que cuenta.
- En 2024 la entidad celebró 70 años de historia cinematográfica, con más de 230 producciones de exposición internacional y más de 300 de otro tipo de proyectos de este sector.
- Desde hace más de 20 años, viajeros nacionales y extranjeros acuden a los sitios en donde se han rodado películas famosas para convertirse en



CAMARA DE COMERCIO
SERVICIOS Y TURISMO
CIUDAD DE MEXICO

“protagonistas de película”, en segmentos de aventura, romance, drama, acción, western, suspenso, ciencia ficción y humor, lo cual se transforma en experiencias de viaje.

FUENTE

<https://www.travelreport.mx/noticias/mundial-social-2026-record-guinness-turismo-mexico/>

México y su legado global: El valor del Patrimonio Mundial para el turismo.

Publicado: el 16 febrero 2026.

Por: Andrea Meza

México se posiciona como uno de los países con mayor riqueza cultural y natural reconocida internacionalmente. Gracias a su diversidad histórica, arquitectónica, arqueológica y ecológica, el país cuenta con un amplio conjunto de bienes inscritos en la Lista del Patrimonio Mundial de la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO), lo que lo convierte en destino de preferencia para viajeros interesados en experiencias culturales profundas y turismo sostenible.

Al día de hoy, México tiene más de 30 sitios inscritos como Patrimonio Mundial, tanto culturales como naturales, lo que lo sitúa como el país con más bienes de este tipo en toda América y entre los más destacados a nivel global. Estas inscripciones abarcan desde centros históricos urbanos y antiguas ciudades arqueológicas hasta reservas ecológicas de importancia universal. Su reconocimiento garantiza que estos lugares representan un valor universal excepcional para toda la humanidad.

Entre los destinos más emblemáticos se encuentran:

- Centros Históricos de ciudades como Oaxaca, Puebla, Guanajuato y San Miguel de Allende, con arquitectura colonial y tradiciones culturales vivas que atraen a viajeros de todo el mundo.
- Sitios arqueológicos como Teotihuacán y Palenque, testimonio de antiguas civilizaciones y su legado histórico.
- Áreas naturales como las Reservas de la Biósfera de Sian Ka'an y Ría Celestún, lugares de extraordinaria biodiversidad que también funcionan como grandes atractivos turísticos ecológicos.
- Bienes mixtos como Calakmul, donde la cultura ancestral se integra con el entorno natural, ofreciendo rutas únicas de turismo cultural y de aventura.

Además de los monumentos materiales, México ha visto crecer el reconocimiento de manifestaciones culturales e inmateriales, como tradiciones ancestrales, festividades y rutas sagradas que ahora forman parte de la narrativa patrimonial. Ejemplo de ello es la inclusión de la Ruta Wixárika por los sitios sagrados hasta Wirikuta, que marcó un hito al ser la primera tradición indígena viva en ser incorporada a la lista de Patrimonio Mundial.

Este amplio reconocimiento no solo es motivo de orgullo cultural o histórico, sino que también representa una oportunidad de desarrollo económico para la industria turística mexicana. Cada año, millones de visitantes nacionales e internacionales se sienten atraídos por estos destinos e incorporan estas experiencias en sus itinerarios de viaje, fortaleciendo sectores como hoteles, operadores turísticos, guías locales y comercio regional.



CAMARA DE COMERCIO
SERVICIOS Y TURISMO
CIUDAD DE MEXICO

Para los actores de la industria de viajes, el Patrimonio Mundial de México significa producto turístico convincente, capaz de competir en mercados nacionales e internacionales que valoran la autenticidad, la sostenibilidad y la conexión con culturas milenarias.

FUENTE

<https://www.travelreport.mx/noticias/mexico-patrimonio-mundial-unesco-turismo/>

Reporta Clara Brugada enero de 2026 como el mes más seguro en 11 años; delitos de alto impacto caen 19%.

Publicado: el 16 febrero 2026.

Por: La razón online

CDMX registró en enero el promedio diario de delitos de alto impacto más bajo de la última década con 47 incidentes, lo que representa una disminución del 68 por ciento respecto a 2019 y del 19 por ciento frente a enero de 2025.

La Jefa de Gobierno, Clara Brugada Molina, encabezó el primer informe de seguridad de 2026, destacando que los resultados son fruto de la evaluación semanal y las reuniones diarias a las 06:30 horas con el Gabinete de Seguridad. Informó que enero fue el mes más seguro en once años, logrando una reducción del 11 por ciento en el promedio diario de delitos respecto al año anterior, pasando de 59 a 47 casos.

Durante la presentación, Ángel Tamariz Sánchez certificó que enero de 2026 es el periodo con menor incidencia delictiva en la última década. Por su parte, el titular del C5, Salvador Guerrero, reportó 109 mil 816 llamadas al 911, lo que significa una baja del 11.1 por ciento en llamadas efectivas, reduciendo la carga operativa de los servicios de emergencia.

En materia de detenciones, el Secretario Pablo Vázquez Camacho detalló que en enero se capturaron a 519 personas por delitos de alto impacto y se confiscaron 871 kilogramos de marihuana. En el combate a la extorsión, se registran 296 detenciones totales, logrando el índice más bajo frente a 2025. La Fiscal Bertha Alcalde Luján destacó un incremento del 28.3 por ciento en órdenes de aprehensión cumplimentadas respecto a 2019, sumando 529 solo en este mes, además de implementar la estrategia de recuperación de inmuebles y el retiro de vehículos abandonados, con Tláhuac como la zona más beneficiada.

José Manuel Oropeza, de Seguridad Ciudadana y Procuración de Justicia, resaltó la labor de auxilio escolar con 6 mil 315 jornadas y la realización de 191 asambleas ciudadanas con la participación de 5 mil vecinos. En el ámbito social, el programa “Vida Plena, Corazón Contento” brindó atención a 60 mil 793 estudiantes de nivel básico y capacitó a 4 mil 409 docentes en temas de salud mental.

Finalmente, la Secretaría de Salud actualizó las cifras del brote de sarampión, informando un acumulado de 263 casos (37 residentes del Estado de México) y 23 hospitalizaciones. Se enfatizó que el 73 por ciento de los contagiados no contaba con vacuna. Hasta ayer, la Ciudad de México ha aplicado un millón 192 mil 63 dosis en total, reafirmando la vacunación como la medida preventiva más eficaz.



DATOS DUROS

- Reporta Clara Brugada enero de 2026 como el mes más seguro en 11 años; delitos de alto impacto caen 19%.
- Por su parte, el titular del C5, Salvador Guerrero, reportó 109 mil 816 llamadas al 911, lo que significa una baja del 11.1 por ciento en llamadas efectivas, reduciendo la carga operativa de los servicios de emergencia.
- El Secretario Pablo Vázquez Camacho detalló que en enero se capturaron a 519 personas por delitos de alto impacto y se confiscaron 871 kilogramos de marihuana.
- La Fiscal Bertha Alcalde Luján destacó un incremento del 28.3 por ciento en órdenes de aprehensión cumplimentadas respecto a 2019, sumando 529 solo en este mes, además de implementar la estrategia de recuperación de inmuebles y el retiro de vehículos abandonados, con Tláhuac como la zona más beneficiada.
- José Manuel Oropeza, de Seguridad Ciudadana y Procuración de Justicia, resaltó la labor de auxilio escolar con 6 mil 315 jornadas y la realización de 191 asambleas ciudadanas con la participación de 5 mil vecinos.
- La Secretaría de Salud actualizó las cifras del brote de sarampión, informando un acumulado de 263 casos (37 residentes del Estado de México) y 23 hospitalizaciones.

FUENTE

https://www.razon.com.mx/ciudad/2026/02/16/reporta-clara-brugada-enero-de-2026-como-el-mes-mas-seguro-en-11-anos-delitos-de-alto-impacto-caen-19/#google_vignette



Certeza jurídica, promoción e infraestructura, las claves para impulsar turismo en México: Posadas.

Publicado: el 16 febrero 2026.

Por: Aldo Munguía

Grupo Posadas sostiene que el turismo en México mantiene dinamismo y puede crecer más con mayor promoción, certeza jurídica e infraestructura.

Para Grupo Posadas, la empresa hotelera mexicana más importante en el país, México está consolidado en materia turística, pero a medida que haya mayor certeza jurídica, promoción e infraestructura, el crecimiento del sector se mantendrá pese a las coyunturas políticas y económicas nacionales e internacionales.

En entrevista, José Carlos Azcárraga, director general de Grupo Posadas, advirtió que México vive un buen momento en la atracción de viajeros internacionales, además del fuerte impulso del turismo nacional que viaja cada vez más.

“Siento que hemos podido como Iniciativa Privada tener cercanía con el gobierno y demostrar el enorme valor que tiene el turismo para la economía. No solo se trata de desarrollar hoteles, sino todo lo que está alrededor. Tenemos que continuar el camino, hacer más promoción y contar con certeza jurídica e infraestructura”, detalló Azcárraga.

El directivo señaló que la iniciativa privada ha logrado acercamiento con el gobierno actual para destacar la importancia del turismo.

Resaltó que, además de los hoteles, se deben considerar la generación de empleos y otros aspectos económicos, y enfatizó la necesidad de fortalecer la promoción, la certeza jurídica y la infraestructura turística.

México está viviendo una ola de turismo internacional que está siendo impulsada por visitantes fronterizos, pero que también está diversificándose en su origen.

El país tiene el objetivo de llegar al quinto puesto entre las potencias receptoras de turismo, rebasar a Italia y Turquía que reciben más de 50 millones de turistas al año. México cerró el año pasado cerca de los 48 millones, y se espera que para este año, la afluencia turística por el Mundial dé un impulso coyuntural que logrará batir un nuevo récord.

José Carlos Azcárraga estima que el Mundial es una oportunidad para mostrar a los turistas otros sitios, como las grandes ciudades, que no tiene playa, pero que también son atractivas para los viajeros.

“La realidad es que el Mundial son poquitas semanas, comparativamente con el resto del año, pero lo que sí nos da es esa lupa”, remarcó el director general de Posadas.

Seguridad, un factor relevante para la inversión hotelera

En un entorno con múltiples deslistes de empresas de la Bolsa Mexicana de Valores (BMV) Posadas sigue considerando al mercado como un aliado estratégico.

Las acciones de la hotelera han aumentado su valor en casi 20 por ciento en el último año y, aunque la firma no es propietaria de los hoteles, utiliza sus recursos para invertir en tecnología y desarrollar nuevas marcas, como Devossion o Sunvivia, que están alineándose con las tendencias de viaje, en donde las experiencias están marcando el crecimiento de la ‘industria sin chimeneas’.

“Sin duda seguimos siendo aliados del mercado. Estamos contentos de ser una compañía pública por muchos años, pero buscamos atraer capital de terceros. Parte de nuestro trabajo es darle perspectiva al inversionista y estamos seguros de que el futuro es prometedor”, advirtió Azcárraga.

Explicó que el capital de Posadas se invierte principalmente en tecnología y que la empresa busca alianzas con grandes inversionistas, quienes en su mayoría son dueños de los hoteles.

El directivo del grupo hotelero destacó que las circunstancias en México han mejorado y que, a largo plazo, la perspectiva del sector es positiva.

Otro de los temas importantes para continuar la atracción de capital es la seguridad, en donde la percepción en los destinos turísticos es mayor, y permite a los viajeros, pese a las alertas o avisos de inseguridad, continuar viajando por el país.





Sector hotelero diversifica inversión

El mercado del turismo después de la pandemia aceleró algunas tendencias que se veían por el cambio generacional: las personas están dispuestas a gastar en experiencias, particularmente las que están ligadas al viaje.

En ese sentido, Posadas está implementando nuevas marcas, como Devossion, con un hotel en Playa del Carmen aperturado a comienzos de febrero, que está empatando la visión del viajero de las nuevas generaciones.

“Estamos creando este tipo de conceptos siempre apegados a lo que nos indica el mercado, un segmento muy importante para este hotel y para el futuro. La tendencia no es buscar cosas materiales, sino gastar en experiencias, y normalmente estas experiencias son viajes”, refiere Azcárraga.

Explicó que los nuevos conceptos hoteleros de Posadas se diseñan según las preferencias del mercado.

Destacó que las nuevas generaciones priorizan invertir en experiencias sobre bienes materiales, especialmente en viajes, lo que marca una tendencia clave para el desarrollo futuro del sector.

Posadas tiene un plan de crecimiento de su portafolio con la adición de 34 hoteles en México y la República Dominicana, los cuales implican la inversión de terceros por cerca de 15 mil millones de pesos, así como el desarrollo de casi 5 mil cuartos.

Posadas tiene más de 200 hoteles y 29 mil 922 cuartos propios, arrendados, franquiciados y administrados.

El 86 por ciento de los cuartos se encuentran en destinos de ciudad y el 14 por ciento en destinos de playa donde opera las marcas: Devossion by Live Aqua, Live Aqua Beach Resort, Live Aqua Resort, Live Aqua Boutique Resort, Live Aqua Residence Club, Curamoria Collection, Grand Fiesta Americana, Fiesta Americana, Fiesta Americana Vacation Club, The Explorean, Fiesta Inn, Fiesta Inn Express, Gamma y one Hoteles. Posadas cotiza en la BMV desde 1992.

DATOS DUROS

- México cerró el año pasado cerca de los 48 millones, y se espera que para este año, la afluencia turística por el Mundial dé un impulso coyuntural que logrará batir un nuevo récord.
- Las acciones de la hotelera han aumentado su valor en casi 20 por ciento en el último año y, aunque la firma no es propietaria de los hoteles, utiliza sus recursos para invertir en tecnología y desarrollar nuevas marcas.
- Posadas tiene un plan de crecimiento de su portafolio con la adición de 34 hoteles en México y la República Dominicana, los cuales implican la inversión de terceros por cerca de 15 mil millones de pesos, así como el desarrollo de casi 5 mil cuartos.



- Posadas tiene más de 200 hoteles y 29 mil 922 cuartos propios, arrendados, franquiciados y administrados.
- El 86 por ciento de los cuartos se encuentran en destinos de ciudad y el 14 por ciento en destinos de playa donde opera las marcas: Devossion by Live Aqua, Live Aqua Beach Resort, Live Aqua Resort, Live Aqua Boutique Resort, Live Aqua Residence Club, Curamoria Collection, Grand Fiesta Americana, [Fiesta Americana](#), Fiesta Americana Vacation Club, The Explorean, Fiesta Inn, Fiesta Inn Express, Gamma y one Hoteles. Posadas cotiza en la BMV desde 1992.

FUENTE

<https://www.elfinanciero.com.mx/empresas/2026/02/16/grupo-posadas-apuesta-por-un-crecimiento-hotelero-fuerte/>

Mantienen contingencia ambiental: Restricciones y Sheinbaum explica aumento de contaminación.

Publicado: el 15 febrero 2026.

Por: María Fernanda Sosa Santiago

Autoridades mantienen Fase I por ozono debido a condiciones atmosféricas adversas, incendios y acumulación de contaminantes; aplican restricciones vehiculares y recomendaciones de salud.

La Comisión Ambiental de la Megalópolis informó que se mantiene la Fase I de contingencia ambiental este martes por ozono en la Zona Metropolitana del Valle de México, con el objetivo de reducir riesgos a la salud y disminuir emisiones contaminantes.

El Sistema de Monitoreo Atmosférico reportó que persiste una influencia anticiclónica sobre el centro del país, lo que genera temperaturas de hasta 29 °C, baja humedad, radiación solar intensa y viento débil. Estas condiciones favorecen la acumulación de precursores de ozono y dificultan la dispersión de contaminantes, por lo que se prevé calidad del aire de "Mala" a "Muy Mala" durante la jornada.

Además, incendios registrados en la zona oriente han contribuido al deterioro ambiental al incrementar partículas y gases contaminantes en la atmósfera.

Incendio agrava condiciones ambientales

La mañana del martes se registró un incendio de pastizales y residuos en el Bordo de Xochiaca, en el municipio de Nezahualcóyotl. La columna de humo fue visible desde distintos puntos del valle y generó reportes de olor a quemado en diversas zonas urbanas.

El siniestro inició desde primeras horas del día y consumió vegetación seca y basura acumulada, lo que incrementó la concentración de partículas suspendidas, especialmente en áreas cercanas al oriente de la capital.

¿Qué autos no circulan?

Como parte de las medidas para disminuir emisiones, este martes deben suspender circulación de 5:00 a 22:00 horas:

- Vehículos con holograma 2.
- Holograma 1 con terminación 2, 4, 6, 7, 8 y 0.
- Holograma 0 y 00 con engomado rosa y placas 7 u 8.
- Vehículos sin holograma (foráneos, nuevos, traslado, turísticos).
- También se restringe parcialmente la circulación de unidades de carga, reparto de gas LP y taxis conforme a su holograma y horario.



- Exentos: eléctricos, híbridos, transporte de emergencia, servicios públicos, transporte escolar autorizado, motocicletas y vehículos para personas con discapacidad.

Recomendaciones de salud

Autoridades exhortaron a la población a:

- Evitar actividades al aire libre entre 13:00 y 19:00 horas.
- Suspender eventos deportivos, cívicos o culturales en ese horario.
- No fumar en espacios cerrados.
- Reducir uso de combustibles y productos con solventes.
- Niños, adultos mayores, embarazadas y personas con enfermedades respiratorias o cardiovasculares son los grupos más vulnerables.

FUENTE

<https://www.eleconomista.com.mx/politica/mantienen-contingencia-ambiental-restricciones-sheinbaum-explica-aumento-contaminacion-20260217-800258.html>