



Balacera en inmediaciones de la Pirámide de la Luna.

Publicado: el 20 abril 2026.

Por: Juan Carlos Alarcón

En videos difundidos en redes sociales se escuchan disparos de arma de fuego y personas caminando apresuradamente hacia la salida.

Una balacera en inmediaciones de la zona arqueológica de Teotihuacán, Estado de México, dejó preliminarmente como saldo una persona sin vida y varios lesionados.

Autoridades de la Secretaría de Seguridad mexiquense y de la Fiscalía de esa entidad no han informado de manera oficial los hechos que obligaron a la evacuación del centro arqueológico.

En videos difundidos en redes sociales se escuchan disparos de arma de fuego y personas caminando apresuradamente hacia la salida.

Al lugar se dirigieron policías municipales, estatales y de la Guardia Nacional en respuesta a llamados de emergencia.

Se prevé que las autoridades den a conocer de manera oficial el saldo final de esta balacera.

Algunas personas asistentes a la zona de Teotihuacán refieren que desde lo alto de la pirámide del Luna un sujeto disparó sin razón aparente en contra de varias personas.

Otros señalan que el agresor fue abatido y varias personas se encuentran lesionadas.

Por su parte, el Gabinete de Seguridad informó que tras el reporte de detonaciones de arma de fuego en la zona arqueológica de Teotihuacán, *"un hombre realizó disparos en el lugar y posteriormente se privó de la vida. Lamentablemente una mujer de nacionalidad canadiense perdió la vida y, hasta el momento, se tiene información sobre varias personas que resultaron lesionadas"*.

FUENTE

<https://mvsnoticias.com/nacional/estados/2026/4/20/balacera-en-inmediaciones-de-la-piramide-de-la-luna-737092.html>

Hombre mata a mujer canadiense y hiere a 6 personas más en zona arqueológica de Teotihuacán.

Publicado: el 20 abril 2026.

Por: Eulalio Victoria

La Guardia Nacional y el Ejército evacuaron la zona arqueológica de Teotihuacán, luego de que un sujeto disparara en el lugar.

Un hombre que ingresó armado a la zona arqueológica de Teotihuacán disparó contra turistas que se encontraban en la Pirámide de la Luna este lunes 20 de abril. El saldo del ataque fue la muerte de una mujer canadiense y al menos otras seis personas heridas.

“De acuerdo con la información preliminar, un hombre realizó disparos en el lugar y posteriormente se privó de la vida. Lamentablemente una mujer de nacionalidad canadiense perdió la vida”, detalló el Gabinete de Seguridad.

La Secretaría de Seguridad del Estado de México confirmó que, de manera preliminar, seis personas resultaron lesionadas: cuatro por arma de fuego y dos más por caídas. Las personas fueron llevadas a hospitales de la zona para ser atendidas.

De acuerdo con una testigo, el agresor tenía rehenes en la Pirámide de la Luna.

El subcoordinador nacional de socorros de la Cruz Roja Mexicana dijo en entrevista con N+ que una de las personas heridas se encuentra en estado crítico, por lo que fue trasladada en helicóptero a un hospital de especialidad.

Ante la gravedad de la situación, el Ejército Mexicano y la Guardia Nacional procedieron a la evacuación total del recinto para garantizar la integridad de quienes se encontraban ahí.

Versiones señalan que el sujeto, que vestía pantalón de mezclilla, camisa a cuadros y con cubrebocas, subió a la Pirámide de la Luna y disparó contra la gente que se encontraba en el lugar. Hasta el momento no ha sido identificado.

Autoridades del Estado de México informaron que las personas lesionadas fueron trasladadas a un hospital de Axapusco, municipio vecino de San Juan Teotihuacán, sitio donde se ubica la zona turística.

En un video que circula en redes social, se escucha una detonación de arma de fuego y enseguida el grito de una mujer pidiendo que le llamen a la policía.

Las imágenes también capturan la presencia de un hombre arriba de la Pirámide de la Luna que mira hacia abajo, donde se encuentran turistas contemplando la escena.



Las detonaciones provocaron pánico entre varios visitantes de la zona arqueológica, por lo que cayeron en una crisis nerviosa.

Tras el ataque el lugar fue cerrado y fuerzas federales y estatales desplegaron un fuerte operativo de seguridad dentro y fuera de la zona turística.

¿Qué dijo la presidenta Sheinbaum sobre el ataque en Teotihuacán?

Al respecto del incidente, la presidenta Claudia Sheinbaum lamentó los hechos y expresó su solidaridad con las personas afectadas y sus familias.

“He instruido al Gabinete de Seguridad a investigar a fondo estos hechos y brindar todos los apoyos. Personal de la Secretaría de Gobernación y de Cultura se dirige ya al sitio para brindar atención y acompañamiento, junto con las autoridades locales”, comentó en su cuenta oficial de X.

FUENTE

<https://www.elfinanciero.com.mx/estados/2026/04/20/hombre-mata-a-mujer-canadiense-y-hiere-a-3-personas-mas-en-zona-arqueologica-de-teotihuacan/>

Capitalinos sacan brillo al Zócalo.

Publicado: el 20 abril 2026.

Por: Omar González Morales

En el contexto del Día Internacional de la Danza, presentan coreografía del pueblo y sonideros ponen a bailar a miles de guapachosos.

El Zócalo de la Ciudad de México se convirtió ayer en un gran salón de baile para las miles de personas que se dieron cita para celebrar el Día Internacional de la Danza (29 de abril).

Sin importar el calor ni el sol, los capitalinos gozaron de un baile sonidero, además de una coreografía del pueblo, conformada por bailarines de los diferentes centros culturales como red de Faros, Pilares y centros de baile internacionales de ciudades como Los Ángeles, California.

Desde las 14 horas, Dulce Rocío abrió el espectáculo entre ensayos de los participantes en la coreografía, desde temprano algunos pachucos acudieron al llamado de la música.

El sonido Bongoné y Yeri abrió su espectáculo, con un bailón previo, seguido de la rutina del pueblo, una coreografía de unos 50 bailarines que interpretaron *No te puedo olvidar*. Después llegaron Las Socias del vinil, que comenzaron a poner sus ritmos, las mujeres del público sacaron a los galanes a gastar la suela. Y los caballeros hicieron lo propio.

Tras la coreografía, el público se agolpó frente al escenario, algunos gritaron el nombre de sus sonideros favoritos y comenzaron a silbar cuando iniciaron. Jorge *El Berraco* interpretó *Baila linda morena*.

Y la huaracha se adueñó del centro del país, más que zapatos y tacones, los tenis dejaron la marca.

Posteriormente llegaron Ángel Campos y Lupita *La Cigarrita*, Sonido Pancho y Sonido Súper Dengue. Bajo el manto de la luna, las parejas se liberaron y se comunicaron por medio de besos y caricias, usando el lenguaje más valioso del ser humano: el amor.

Entre el público se encontraba Juan Cruz, pachuco de toda la vida, con su característico sombrero con pluma de colores, para él, la música es un lenguaje universal.

“Tengo un buen ratito, unos 20 años, a los capitalinos nos gusta el bailongo, somos guapachosos. Con eso se nos van los problemas y las angustias. Sí, tenemos muchas broncas en la ciudad, pero ya en la pista todo se va. Te entregas en cuerpo y alma”, aseguró.



“Salimos con los amigos a echar la pista y no vamos a parar. Me gusta porque las personas ven que la gozamos y nos disfrutamos muchísimo. Eso es lo que hace falta para llevar lo difícil de lo cotidiano.”

Gabriela trajo a su esposo y a su hijo a disfrutar de los sonideros en el corazón de la capital. Ella vino a ver a Jorge *El Berraco* y se dijo contenta de que el Zócalo se entregue a quienes lo habitan. “Nos enteramos por Facebook y me los traje. Somos de Tepito y ahí el bailongo se lleva en la sangre. Se aprende, sí, pero el ritmo se siente. Allá esto es una manera de hacernos sentir, es nuestra identidad. Y qué chingón que ahora todos los demás pueden gozarlo”, aseguró.

Ricardo y Riz vinieron a gozar el bailongo, el primero nació en Tepito, el segundo en Iztapalapa, los dos bailaron varias canciones frente al asta bandera:

“Venimos a desestresar el cuerpo. El sonidero es todo, desde que era chavito es una forma en que podemos sentirnos sin expresar las palabras. Esto se siente y el corazón es el que te dicta los pasos. Para nosotros es algo que ya tenemos en el corazón, allá en el barrio esto no se aprende, ya lo traes.”

Cuando la noche se apoderó de la capital, la voz de los barrios quedó plasmada en la piel de sus habitantes. El sonidero, la fiesta y el amor los llevan en el corazón.

FUENTE

<https://www.jornada.com.mx/2026/04/20/espectaculos/a07n1esp>

Se suma el mercado de artesanías de La Ciudadela a la euforia mundialista.

Publicado: el 20 abril 2026.

Por: Elba Mónica Bravo

Vende playeras de la selección apócrifas *made in* México, Tailandia y Camboya.

Las camisetas piratas de la selección mexicana con motivos del Mundial de Fútbol 2026 llegaron al mercado de artesanías de La Ciudadela, ubicado en la colonia Centro, en la alcaldía Cuauhtémoc, las cuales se venden desde 350 hasta 800 pesos, cuyos precios corresponden, dijeron los locatarios, a la calidad del producto, que tiene etiquetas falsas de la marca deportiva Adidas.

Algunos comerciantes entrevistados, quienes pidieron no publicar sus nombres, mencionaron que las camisetas “no son originales, pero en todos lados las venden”; además, expusieron que “ya se viene el Mundial y es lo que el cliente busca”.

Señalaron que los compradores no pueden acceder al producto auténtico, que cuesta 3 mil pesos en establecimientos de la marca Adidas, tiendas departamentales o compras en línea; a cambio, explicaron que se trata de “moda *fashion*” que sólo permanecerá durante la Copa Mundial y que algunos de proveedores de La Ciudadela provienen de Toluca, estado de México.

En el centro artesanal se pueden adquirir las camisetas piratas en versiones para jugador y aficionado, las cuales venden en todas las tallas en colores verde, blanca y negra, además de la edición pasada en rojo.

Aseguraron que los artículos, en los cuales se lee la leyenda “*made in* México” – aunque la impresión es borrosa–, así como “hecho en Tailandia y Camboya”, cuentan con promoción si el pago es en efectivo, como “dos camisetas por 600 pesos o una en 350”.

En medio de los más de 500 locales destaca la exhibición de las camisetas entre sarapes, bolsas y artesanías, así como vestidos bordados a mano de estados procedentes de los estados de Oaxaca y Tlaxcala, entre otros.

Por lo pronto, ayer la venta de la mercancía apócrifa se mantuvo en los tenderos que colocan los vendedores en la Alameda Central, en puestos ambulantes de la avenida Juárez, el Barrio Chino y en diferentes puntos del corredor peatonal Madero, como el que se ubica a unos pasos de la tienda Adidas.

Ayer, la novedad en el mercado informal fue la venta de chamarras en 600 pesos, cuando el producto original se encuentra en al menos 3 mil 200 pesos.

Frente a la Alameda Central, César Guzmán, procedente de Coatepec, Veracruz, quien vestía una camiseta original de manga larga que compró en



CAMARA DE COMERCIO
SERVICIOS Y TURISMO
CIUDAD DE MEXICO

dicha entidad en 2 mil 299 pesos, comentó acerca de la venta de la mercancía apócrifa: “son dos caras, las personas que no tienen recursos y quieren una, y el lado opuesto, que afecta a la economía formal y al empleo”.

FUENTE

<https://www.jornada.com.mx/2026/04/20/capital/033n1cap>

Sectur y Visa impulsan la promoción de la Marca México en los principales aeropuertos del país.

Publicado: el 20 abril 2026.

Comunicado conjunto 17/ 2026.- La Secretaría de Turismo y Visa anunciaron la implementación de una campaña conjunta de presencia de marca en los principales aeropuertos de México.

- Visa y la Secretaría de Turismo anunciaron una campaña conjunta de promoción de la marca México en los principales aeropuertos de México.
- La iniciativa tendrá presencia durante 2026 en cuatro aeropuertos internacionales clave: el AICM (Terminales 1 y 2), Cancún, Tulum y Guadalajara.
- Esta campaña es una plataforma relevante para la promoción turística del país, dada su exposición ante los más de 27 millones de viajeros que solo entre enero y febrero de 2026 visitaron estos aeropuertos.

La Secretaría de Turismo y Visa anunciaron la implementación de una campaña conjunta de presencia de marca en los principales aeropuertos de México, con el objetivo de fortalecer la promoción de la marca México entre viajeros nacionales e internacionales y destacar la aceptación de pagos digitales en los principales destinos turísticos del país.

La secretaria de Turismo del Gobierno de México, Josefina Rodríguez Zamora, señaló que las alianzas con el sector privado son fundamentales para dar mayor visibilidad a la marca México y a los diversos destinos turísticos del país.

“Esta campaña nos permite posicionar a México desde el primer punto de contacto con el viajero, proyectando al mundo la riqueza cultural, gastronómica y turística de nuestro país. Además, contribuye a que quienes nos visitan tengan una experiencia más cómoda, facilitando la forma en que disfrutan cada destino”, aseguró la titular de Sectur.

La iniciativa contempla una amplia presencia visual en puntos estratégicos de alto flujo dentro de aeropuertos clave, como el Aeropuerto Internacional de la Ciudad de México —en sus Terminales 1 y 2—, así como en las áreas de llegadas internacionales en Cancún, Tulum y Guadalajara. La campaña incluye diversos formatos en puertas de entrada, señalización hacia migración, áreas de bandas de equipaje y salas de última espera, lo que permitirá su visualización por millones de viajeros durante 2026.

Esta inversión de Visa refleja su compromiso de largo plazo por apoyar a México en iniciativas orientadas al fortalecimiento de su imagen, competitividad y oferta turística de clase mundial. Tan solo entre enero y febrero de 2026, esta campaña, con base en cifras públicas de tráfico aeroportuario, alcanzó a más de 27.4 millones de viajeros que visitaron estos aeropuertos en conjunto, lo que convierte a esta iniciativa en una plataforma relevante para la promoción turística del país.



Por su parte, el director general de Visa México, Francisco Valdivia, subrayó que facilitar los pagos digitales podrá maximizar la derrama económica de este importante evento y generar un mayor impacto positivo en las empresas, los comercios y los ciudadanos del país.

“Cada vez más viajeros están acostumbrados a pagar con sus tarjetas cuando viajan y de cara a la Copa Mundial de la FIFA 2026™, es fundamental que sepan que en México pueden pagar con su tarjeta de forma más segura y conveniente.”

Esta campaña integra mensajes sobre la aceptación de pagos digitales en México y los beneficios asociados al uso de tarjetas en materia de seguridad y comodidad, acompañados de imágenes representativas de destinos turísticos emblemáticos, reforzando tanto el posicionamiento de México como destino de clase mundial como la confianza en los pagos digitales durante la experiencia de viaje.

Este esfuerzo forma parte del Convenio de Colaboración entre Visa y Sectur y fortalece el compromiso conjunto por contribuir al desarrollo económico y turístico de México, promoviendo la digitalización de pagos en momentos clave del recorrido del viajero y apoyando la proyección internacional del país desde sus principales puntos de entrada.

DATOS DUROS

- Esta campaña es una plataforma relevante para la promoción turística del país, dada su exposición ante los más de 27 millones de viajeros que solo entre enero y febrero de 2026 visitaron estos aeropuertos.
- Tan solo entre enero y febrero de 2026, esta campaña, con base en cifras públicas de tráfico aeroportuario, alcanzó a más de 27.4 millones de viajeros que visitaron estos aeropuertos en conjunto, lo que convierte a esta iniciativa en una plataforma relevante para la promoción turística del país.

FUENTE

<https://www.gob.mx/sectur/articulos/sectur-y-visa-impulsan-la-promocion-de-la-marca-mexico-en-los-principales-aeropuertos-del-pais?idiom=es>



Pabellón Turístico será una ventana para mostrar al mundo la riqueza de la Capital y posicionarla como una Ciudad Anfitriona a la que sus visitante.

Publicado: el 20 abril 2026.

Pabellón Turístico será una ventana para mostrar al mundo la riqueza de la Capital y posicionarla como una Ciudad Anfitriona a la que sus visitantes busquen regresar, asegura Clara Brugada

- En 2025 la capital recibió a más de 15 millones de turistas y 62.3 millones de visitantes, generando una derrama de 159 mil millones de pesos, lo que representa el 10 por ciento del PIB de la ciudad, aseguró la Jefa de Gobierno • Se prevé que la capital del país concrete 2 mil citas de inversión en el Tianguis Turístico en beneficio de más de 800 mil personas que trabajan en el sector • La Ciudad de México es una potencia turística, al concentrar cerca de 30 por ciento de visitantes internacionales que llegan al país, afirmó la secretaria de Turismo Federal, Josefina Rodríguez.

La Jefa de Gobierno, Clara Brugada Molina, encabezó la presentación del Pabellón de la Ciudad de México que representará a la capital en la 50 edición del Tianguis Turístico 2026, que se llevará a cabo del 27 al 30 de abril, en Acapulco, Guerrero, con el objetivo de mostrar su riqueza pluricultural como uno de los mejores destinos del país y su anfitrionía para recibir al mundo en la próxima Copa de Fútbol. Desde el auditorio de la Utopía Mixihuca, en la alcaldía Iztacalco, la titular del Ejecutivo local destacó que el Tianguis Turístico es el evento más importante de promoción del país y representa una herramienta para posicionar a la Ciudad de México ante al Mundo, por lo que este año, en su edición número 50, se convierte en una ventana para conocer la riqueza cultural y la raíces milenarias de la capital. De frente a la celebración de la Copa Mundial 2026, Brugada Molina aseguró que se trata de un año decisivo para mostrar y posicionar a la capital como “una gran ciudad anfitriona”. “Para la Ciudad de México es la oportunidad que tenemos para mostrarnos ante los visitantes como una gran ciudad anfitriona a los visitantes; que los cientos de miles o millones que vengan a la Ciudad de México se vayan con el objetivo de regresar nuevamente”, subrayó Brugada Molina al reconocer al turismo como uno de los sectores más importantes para la entidad. Brugada Molina resaltó la raíz milenaria de la capital, cuya historia sigue latiendo en cada rincón de los pueblos originarios y que la convierte en la ciudad más pluriétnica y pluricultural del país, y donde se hablan más lenguas indígenas. Además, destacó la riqueza gastronómica, cultural y su calidad inclusiva a nivel mundial. Subrayó que la capital del país es una puerta de entrada y también un destino; pues, si bien cada estado del país tiene su propia riqueza, la capital posee una fusión de todas esas culturas; además de ser una ciudad moderna y conectada con todo el mundo a través de una inmensa actividad aérea que la posiciona como punto de entrada al país con más de mil 200 vuelos diarios. Recordó que en 2025 la capital recibió a más de 15 millones de turistas y 62.3 millones de visitantes; mientras que la derrama económica en turismo alcanzó los 159 mil millones de pesos, confirmando el papel estratégico que tiene sector en la economía de la ciudad,



mismo que, a su vez, permite la generación de empleos y prosperidad compartida, una de las apuestas de la actual administración.

“Uno de los grandes objetivos es combatir pobreza y desigualdades, es garantizar que la población crezca, que la población pueda desarrollarse; y sabemos que uno de los objetivos prioritarios que debemos tener como gobierno es generar más empleos y con el empleo se garantiza esta prosperidad, así que apostarle al turismo significa apostar a la generación de empleo”, indicó al señalar que la población no puede vivir sólo de programas sociales, sino tener fuentes de ingreso dignas y generar su propia riqueza. La secretaria de Turismo del Gobierno de México (SECTUR), Josefina Rodríguez Zamora, destacó el impacto social de los espacios comunitarios como las Utopías en el turismo, al señalar que son lugares que transforman vidas al ofrecer actividades recreativas, servicios y entornos que fortalecen la convivencia y el cuidado colectivo. Asimismo, subrayó la relevancia de la Ciudad de México como potencia turística, al concentrar cerca del 30 por ciento de los turistas internacionales que llegan al país y adelantó que el próximo tianguis turístico en Acapulco reunirá a los 32 estados y a más de 300 mil consumidores, con el objetivo de posicionar al país a nivel global y promover el turismo comunitario como una de sus principales fortalezas.

Por su parte la secretaria de Turismo de la capital, Alejandra Frausto Guerrero, informó que la meta de la Ciudad de México para esta edición de Tianguis Turístico es de 2 mil citas para beneficio de 800 mil personas que trabajan en el sector turístico y que aportan aproximadamente el 10 por ciento del PIB de la ciudad. Destacó que la dependencia a su cargo se ha enfocado a fortalecer el turismo sustentable en la capital, refrendando el compromiso del gobierno capitalino por defender el suelo de conservación e impulsar el turismo de reuniones para atraer a investigadores y congresos, el cual ha crecido en 12 por ciento en un año. “Nosotros vamos por un turismo que sea turismo sustentable, un turismo que no sea extractivista, un turismo que no desplace, un turismo cultural, generoso y que sepa respetar la ciudad y las culturas que somos”, señaló. Resaltó que una vez concluido el Mundial de Fútbol, gracias al trabajo coordinado con la Secretaría de Turismo Federal, la ciudad de México será sede, en septiembre, del Congreso de Turismo Deportivo más importante del mundo, organizado por ONU Turismo y ONU Deportes, el cual nunca había salido de Europa. La directora del Instituto de Promoción Turística de la CDMX, Jennie Shrem Serur, indicó que este evento es el primer paso rumbo la realización del Tianguis Turístico 2026, edición que celebra 50 años y en este año tendrá lugar en Acapulco, Guerrero; un espacio estratégico para la promoción turística de la ciudad a nivel federal e internacional.

El presidente de la Cámaras de Comercio, Servicios y Turismo de la Ciudad de México (Canaco), Vicente Gutiérrez Camposeco, señaló que el pabellón de la Ciudad de México será más que un espacio de exhibición, será una experiencia viva que mostrará que la capital de México es una ciudad vibrante, diversa, creativa; que está en constante transformación y que se reinventa como atractivo turístico y generar oportunidades de desarrollo. “Somos, sin duda, el corazón cultural y económico del país y también un destino que ofrece experiencias únicas, atractivas y de gran calidad. La presencia de nuestra ciudad en el tianguis



turístico reafirma su papel como una de las capitales culturales y turísticas más importantes de América”, aseveró. Gutiérrez Camposeco, indicó que el turismo es motor de desarrollo, fuente de empleo y herramienta para impulsar el bienestar social en ese sentido, celebró el surgimiento de la Utopía Mixihuca, espacio donde se integran deporte, cultura, educación y convivencia, además de que fortalece hábitos saludables y turismo social.

DATOS DUROS

- En 2025 la capital recibió a más de 15 millones de turistas y 62.3 millones de visitantes, generando una derrama de 159 mil millones de pesos, lo que representa el 10 por ciento del PIB de la ciudad, aseguró la Jefa de Gobierno.
- Se prevé que la capital del país concrete 2 mil citas de inversión en el Tianguis Turístico en beneficio de más de 800 mil personas que trabajan en el sector.
- La Ciudad de México es una potencia turística, al concentrar cerca de 30 por ciento de visitantes internacionales que llegan al país, afirmó la secretaria de Turismo Federal, Josefina Rodríguez.
- Recordó que en 2025 la capital recibió a más de 15 millones de turistas y 62.3 millones de visitantes; mientras que la derrama económica en turismo alcanzó los 159 mil millones de pesos, confirmando el papel estratégico que tiene sector en la economía de la ciudad, mismo que, a su vez, permite la generación de empleos y prosperidad compartida, una de las apuestas de la actual administración.
- Acapulco reunirá a los 32 estados y a más de 300 mil consumidores, con el objetivo de posicionar al país a nivel global y promover el turismo comunitario como una de sus principales fortalezas.
- Alejandra Frausto Guerrero, informó que la meta de la Ciudad de México para esta edición de Tianguis Turístico es de 2 mil citas para beneficio de 800 mil personas que trabajan en el sector turístico y que aportan aproximadamente el 10 por ciento del PIB de la ciudad.

FUENTE

<https://www.turismo.cdmx.gob.mx/comunicacion/nota/pabellon-turistico-sera-una-ventana-para-mostrar-al-mundo-la-riqueza-de-la-capital-y-posicionarla-como-una-ciudad-anfitriona-la-que-sus-visitante>

Turismo deportivo: intención del viaje nace desde la emoción y se construye alrededor de un evento.

Publicado: el 20 abril 2026.

Por: Alba Servín

Transporte, hospedaje y experiencias es el que priorizan los turistas deportivos al planear su viaje.

El turismo deportivo es mucho más que solo viajar para ver un partido, es uno de los sectores de más rápido crecimiento en la industria de viajes, combinando la pasión por la actividad física con el descubrimiento de nuevos destinos.

A unos días de que celebre el Mundial de Futbol 2026, la pasión por este deporte también se juega en los aeropuertos y en las carreteras. Cada partido activa decisiones que no estaban en el plan, viajes que se compran en días y rutas que se ajustan sobre la marcha, con un patrón que se repite cada cuatro años.

De acuerdo con datos de IATI Seguros, alrededor del 44% de los aficionados deportivos viaja internacionalmente para asistir a eventos de este tipo y la proporción sube a 56% entre personas de 16 a 34 años, uno de los segmentos que más responde a este tipo de experiencias, de A diferencia de los viajes de negocios o incluso de placer, los viajes por la próxima celebración del futbol no se organizan con meses de anticipación, son desplazamientos que nacen desde la emoción y que se construyen alrededor de un partido específico”, explican.

En estos casos primero se define el juego y después el destino, con estancias más cortas, cambios de último momento y decisiones que se toman sobre la marcha. El itinerario deja de ser rígido y se vuelve flexible, con ajustes constantes en vuelos, hospedaje y actividades.

“Muchos aficionados extienden su estancia para recorrer destinos cercanos, sumar experiencias culturales o explorar actividades como ecoturismo o turismo de aventura, lo cual amplía el valor del viaje y también la exposición a imprevistos como traslados fallidos, cancelaciones o incidentes médicos”, indican.

Cabe señalar, que en Qatar 2022, buena parte de los asistentes tenía una edad promedio cercana a los 37 años y la mayoría reconoció que no habría viajado si no fuera por el evento deportivo, dejando en vista la capacidad del evento para detonar desplazamientos que no estaban considerados, según el análisis retomado por IATI Seguros.

La empresa especialista en seguros señala que la combinación entre impulso y flexibilidad también eleva el nivel de riesgo. 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 y estamos por vivirlo de nueva cuenta con emoción y pasión por el fútbol”, menciona Alfonso Calzado, CEO global de IATI Seguros.

Ante lo anterior, IATI indica que debido a este contexto, empiezan a surgir soluciones pensadas para este tipo de viajes cortos e inmediatos. Algunas opciones, como IATI Escapadas de IATI Seguros, están enfocadas en estancias breves dentro de México e incluyen cobertura médica, asistencia médica 24/7 con tecnología Scan Face, asistencia legal 24hr, respaldo en caso de interrupciones o incidentes durante el viaje.

“En un viaje de pocos días, el problema no suele ser una emergencia grave, sino perder tiempo resolviendo contratiempos, buscando atención médica o haciendo trámites. Por eso la asistencia remota empieza a ganar relevancia, ya que permite resolver situaciones sin desplazamientos innecesarios”.

El próximo torneo de balompié no crea el interés por viajar, lo acelera y convierte la intención en decisión y la decisión en movimiento, con un impacto directo en transporte, hospedaje y experiencias. En este tipo de eventos, los viajes pueden incrementarse hasta 25 por ciento.

Por eso el fenómeno no se mide solo en número de visitantes, también en cómo cambia la forma de viajar, en la velocidad con la que se toman decisiones y en la manera en que la industria responde a un viajero que no planea igual. “El partido dura noventa minutos, pero el viaje empieza mucho antes y termina mucho después”, finaliza Calzado.

DATOS DUROS

- De acuerdo con datos de IATI Seguros, alrededor del 44% de los aficionados deportivos viaja internacionalmente para asistir a eventos de este tipo y la proporción sube a 56% entre personas de 16 a 34 años, uno de los segmentos que más responde a este tipo de experiencias.
- La empresa especialista en seguros señala que la combinación entre impulso y flexibilidad también eleva el nivel de riesgo. Más del 55% de los viajeros ya considera necesario contar con cobertura médica amplia y opciones de cancelación flexible antes de viajar.

FUENTE

<https://www.eleconomista.com.mx/los-especiales/turismo-deportivo-intencion-viaje-nace-emocion-construye-alrededor-evento-20260420-809498.html>

Mexicana de aviación como el burrito...

Publicado: el 20 abril 2026.

Por: Jesús Alonso

Da unos pasos pa delante y otros tantos para atrás.

Hay proyectos en México que nacen con plan de negocios. Y hay otros que nacen con música de mariachi, aplauso en mañanera y lágrima en el ojo.

Mexicana de Aviación es de los segundos.

Porque esto no fue un relanzamiento...

fue una resurrección con estampita, veladora y “Dios proveerá”.

Y ya sabemos cómo acaba eso en el país del: “échale ganas” y “del ahí se va”... y si no jala, pues “ni modo ya estaría de Dios”.

Acto 1: el México que vive de sus recuerdos

Aquí no revivimos una aerolínea.

Revivimos al tío que en cada Navidad suelta: “no, hombre, antes sí había servicio...”

“Es que Mexicana era otra cosa...”

“Es que antes sí te daban de comer...”

Sí, tío... pero también había menos competencia y otro mundo.

Hoy el mercado no se anda con cuentos.

Aquí no gana el que tiene historia... gana el que llena aviones.

Acto 2: números que no se tapan con un rebozo

Vamos a lo sabroso.

Mexicana hoy vuela con:

- 5 avioncitos (cinco... contaditos, como tortillas en casa ajena)
- unos 14 destinos
- como 17 vuelos diarios
- y alrededor de 1,100 pasajeros al día

Pero aquí viene el detalle que casi nadie explica:



Mexicana ha transportado cerca de 953 mil pasajeros... en total en casi tres años de operación

Eso significa:

unos 35 mil pasajeros al mes y apenas 420–450 mil al año

En un país que mueve más de 60 millones de pasajeros anuales.

O sea:

Mexicana es ese compadre que llega a la carne asada con una bolsita de hielo... cuando todos ya trajeron la hielera llena.

Representa menos del 1% del mercado.

Eso no es competir... eso es ir de invitado.

Acto 3: la pelea contra los que sí saben cómo está el negocio

En una esquina:

- Volaris
- Viva Aerobus
- Aeroméxico

Gente que:

- le sabe al costo
- le sabe al pasajero
- y cuando se equivoca, corrige en caliente

Y en la otra esquina:

Mexicana
con 5 aviones y muchas ganas

Y todavía para que amarre el nudo:

Volaris y Viva quieren juntarse para quedarse con casi el 70% del mercado

O sea... mientras unos ya están partiendo el pastel, otros siguen viendo si sí, si no, si cómo.

Acto 4: el negocio donde perder no duele (porque no es tu lana)

Aquí viene lo más mexicano de todo esto.

Mexicana pierde dinero.



Y no pasa nada.

Porque cuando el negocio es del Estado, el fracaso no se mide en pérdidas... se mide en cómo lo cuentas.

Es como ese cuate que pone negocio, quiebra y dice: "no tronó... estamos en reestructura".

Pero con dinero de todos.

Acto 5: rutas que parecen ensayo y error... pero con presupuesto

Mexicana abre rutas.

Mexicana cierra rutas.

Mexicana vuelve a intentar rutas.

Más que estrategia, parece: "a ver si pega".

Mientras los demás:

- miden hasta el último asiento
- ajustan precios como relojito

Mexicana anda en modo: "vamos viendo".

Acto 6: el sueño americano... pero desde la banqueta

Y aquí es donde aprieta el zapato.

Mexicana no vuela de forma regular a Estados Unidos.

El mercado grande.

El que deja billete.

Es como poner tu Uber... pero solo darle servicio a tu esposa e hijos.

Mientras Aeroméxico, Volaris y Viva Aerobus cruzan diario...

Mexicana sigue en: "ahorita... deja veo".

Acto 7: la aerolínea que casi nadie ve

Otro detallito que cala.

¿Dónde están los anuncios?

¿Dónde está la campaña?



No está.

Mexicana no está en la mente del consumidor.

Está en el discurso mañanero

Y en aviación, si no estás en la cabeza del pasajero... no estás en su cartera.

Acto 8: el verdadero problema (y no, no es volar)

Mexicana vuela bien. Sí.

Pero eso es lo mínimo.

Aquí gana el que:

- llena aviones
- mueve volumen

Y Mexicana... todavía anda en eso.

Epílogo: lo que todos pensamos... pero nadie se anima a decir

Mexicana no es un fracaso.

Pero tampoco es el regreso glorioso que nos contaron.

Es... un proyecto con buena intención, mucho discurso... y poca realidad.

Un vuelo que sí despega... pero que a la mera hora no levanta.

Y en este país eso nos encanta.

Porque México es experto en eso:

- cortar listones antes de tiempo
- aplaudir antes de ver resultados

Al final, Mexicana es como ese amigo que jura que ahora sí ya cambió:

lo ves, le echas porras...pero en el fondo dices:

“ahora sí, ojalá no sea puro cuento... porque si no, nos salió más caro el caldo que las albóndigas.”

FUENTE

<https://www.travelreport.mx/tragicomedia/mexicana-aviacion-analisis-proyecto/>



Inaugura Clara Brugada Ciclovía la Gran Tenochtitlán; Calzada de Tlalpan se transforma en vía multimodal.

Publicado: el 19 abril 2026.

La Jefa de Gobierno aseguró que el objetivo es transformar la ciudad de México en una utopía de la movilidad incluyente, con cambio de mentalidad que priorice al peatón y al ciclista.

La Jefa de Gobierno, Clara Brugada Molina, inauguró la ciclovía “La Gran Tenochtitlán”, que, con sus 34 kilómetros de longitud, hace de Tlalpan la calzada más diversa en movilidad. Aseguró que el uso de la bicicleta es un acto de resistencia y profundamente revolucionario para recuperar el derecho a la ciudad.

“Hoy inauguramos la ciclovía y decimos que la calzada de Tlalpan es de todas y de todos. Y además con lo que estamos haciendo en Tlalpan, la calzada se convierte en la única calzada multimodal”, expresó.

Desde el Zócalo capitalino y acompañada de colectivos ciclistas y funcionarios del gobierno local, la mandataria capitalina subrayó que, con su inauguración, la ciclovía de Calzada de Tlalpan se trata de una transformación profunda del espacio público y un paso firme hacia una ciudad de todas y de todos.

La mandataria local subrayó que hoy toca dar el siguiente paso para hacer la ciudad más democrática a través de obras y servicios que garanticen el derecho a la movilidad de todas y de todos, pues esa es la convicción que inspiró para realizar “la gran utopía de la movilidad, que es hacer una ciudad con bicicleta”.

Brugada Molina refirió que con la inauguración de la ciclovía “La Gran Tenochtitlán”, la Calzada de Tlalpan se convierte en la única Calzada multimodal, pues se llevan a cabo obras para peatones en sus más de 34 km; además, esta vía cuenta con Metro, ciclovía y permite el uso del automóvil.

“Es la calzada más diversa en movilidad y con ello les decimos los puntos vamos a cumplir con los 300 km de ciclovías más para la Ciudad de México”, afirmó al subrayar que esta ciclovía que une al Centro comercial el Sur de la capital es la primera obra.

Al dar el banderazo de salida a la bicirodada de inauguración, sobre avenida 20 de Noviembre, en el Centro Histórico, la Jefa de Gobierno afirmó que usar la bicicleta es un acto profundamente revolucionario en una ciudad que durante décadas se diseñó solo para el automóvil.

“Cada trayecto de bicicleta es una manera de resistir la desigualdad en el uso del espacio público y de afirmar otra forma de vivir la ciudad con la bicicleta; más cercana, más humana, más justa. La bicicleta es el vehículo más democrático, lo puede usar quien sea, una niña, un niño, jóvenes o mayores”, expresó.



Previo a la inauguración, la plancha del Zócalo se convirtió en un lienzo en la que ciclistas, junto a sus bicis, formaron la imagen de una bicicleta monumental, hecho que reafirmó la lucha y resistencia por una ciudad con movilidad para todas y todos.

“El día de hoy formamos todos una imagen poderosa en este gran Zócalo, la imagen de la bicicleta”, expresó Brugada Molina.

Asimismo, afirmó que el uso de este vehículo es un acto profundamente revolucionario en una ciudad que durante décadas se diseñó sólo para el automóvil, y donde subirse a una bicicleta representa una ruptura con dicho modelo y una forma de rebeldía cotidiana que recupera el derecho a la ciudad.

El secretario de Obras y Servicios, Raúl Basulto Luviano, indicó que se entregaron alrededor de 30 kilómetros construidos de ciclovía, que va desde el metro Chabacano hasta Renato Leduc y de regreso, la cual tiene como prioridad la seguridad de quienes la utilicen por medio de más de 20 mil 853 metros lineales de guarnición construida a modo de jardinera y la restauración de 43 mil metros lineales de balizamiento de diversos tipos para salvaguardar a las y los ciclistas.

Explicó que se atendieron 64 nuevos espacios de ascenso y descenso para garantizar la convivencia de la ciclovía y las personas que utilizan el transporte público.

Asimismo, detalló que se colocaron más de 213 conjuntos de señalética horizontal y vertical, 338 confibicis, 5 mil 299 canalizadores viales a lo largo de toda la ciclovía, mil 147 balizas flexibles, mil 410 boyas viales y 37 dovelas de concreto, se renivelaron 557 accesorios hidráulicos a lo largo de todos estos kilómetros y se repavimentaron más de 40 mil metros cuadrados.

“En la noche se podrá disfrutar de una ciclovía nocturna porque estará iluminada a través del camino seguro. Más de 5 mil nuevas luminarias fueron colocadas a lo largo de estos 30 kilómetros”, destacó el funcionario.

El titular de PILARES y próximo secretario del Deporte, Javier Hidalgo Ponce, destacó que la inauguración de la ciclovía La Gran Tenochtitlan representa un avance histórico en la consolidación de la movilidad sustentable en la ciudad.

Recordó que el activismo ciclista surgido en la década de los noventa sentó las bases para el reconocimiento de la bicicleta como un medio de transporte legítimo. Añadió que, gracias a esa lucha, hoy la capital cuenta con más de 500 kilómetros de ciclovías, sistemas como Ecobici y el Paseo Dominical, que reúne a más de 100 mil personas cada semana.

Asimismo, subrayó que la ampliación de 300 kilómetros adicionales de infraestructura ciclista impulsada por la jefa de Gobierno, Clara Brugada Molina, así como la intervención en vialidades como calzada de Tlalpan, reflejan una política de redistribución del espacio público con enfoque de justicia social,



consolidando a la bicicleta como un derecho y un eje fundamental para el disfrute de la ciudad.

Al final del evento protocolario, los más de 10 mil ciclistas recorrieron los 16 kilómetros en los que se extiende la ciclovía de Tlalpan, con lo que quedó formalmente inaugurada.

FUENTE

<https://www.elfinanciero.com.mx/cdmx/2026/04/19/inaugura-clara-brugada-ciclovia-la-gran-tenochtitlan-calzada-de-tlalpan-se-transforma-en-via-multimodal/>

Ssa busca consolidar actividad física a través del Mundial Social.

Publicado: el 19 abril 2026.

Como parte de las actividades del Mundial Social, la Secretaría de Salud, en coordinación con la Federación de Sindicatos de Trabajadores al Servicio del Estado (FSTSE) y organizaciones sindicales, realizaron el evento “Salud en el Mundial Social 2026”, que busca consolidar la actividad física como un derecho y una práctica permanente en los centros de trabajo.

El secretario de Salud, David Kershenobich, destacó que este esfuerzo busca consolidarse como una estrategia integral que fomente la activación física, la prevención de enfermedades y el bienestar general de la población, más allá de la celebración del Mundial de Fútbol.

Resaltó que la prevención es un eje fundamental para mejorar la calidad de vida de la población trabajadora, y reconoció el papel clave de los sindicatos para llevar estas acciones a los espacios laborales.

Capacidad de generar cambios duraderos

Durante su mensaje, el titular de la Secretaría de Salud subrayó que el verdadero impacto de iniciativas como el Mundial Social radica en su capacidad de generar cambios duraderos en los estilos de vida de las y los mexicanos.

“No se trata únicamente de realizar actividades, sino de asegurar que trasciendan y se conviertan en hábitos permanentes en beneficio de la salud”, señaló.

Al respecto, el presidente de la Federación de Sindicatos de Trabajadores al Servicio del Estado (FSTSE), Marco Antonio García Ayala, enfatizó que el sindicalismo tiene un papel activo en la promoción de la salud laboral y en la construcción de entornos más saludables.

Dijo que la importancia de consolidar una estrategia permanente de activación física, deporte y prevención de la salud desde los centros de trabajo, tiene el objetivo de fortalecer el bienestar integral de las y los trabajadores al servicio del Estado.

Señaló que estas acciones no deben limitarse a un evento temporal, sino convertirse en una política sostenida que fomente hábitos saludables entre funcionarias, funcionarios y sus familias, contribuyendo a una cultura de autocuidado y prevención en todo el país.

Esfuerzo no sería posible sin la participación de trabajadores al servicio del Estado

En tanto, el director general de Políticas en Salud Pública, Daniel Aceves Villagrán, resaltó que este esfuerzo no sería posible sin la participación activa y comprometida de las y los trabajadores al servicio del Estado, particularmente



de quienes integran la Secretaría de Salud, cuya labor diaria refleja una profunda vocación de servicio.

Este encuentro forma parte de las acciones rumbo a la Semana Nacional de Salud Pública 2026 y se alinea con la estrategia del Mundial Social para promover hábitos saludables en la población.

Asimismo, representantes sindicales coincidieron en la necesidad de fortalecer la colaboración con las instituciones de salud para acercar servicios preventivos, fomentar estilos de vida saludables y generar condiciones que favorezcan el bienestar físico y mental en los centros de trabajo.

Como parte de la jornada, se realizaron honores a la bandera, el encendido simbólico de un pebetero y una activación física masiva, además de actividades deportivas como fútbol, basquetbol y voleibol, en las que participaron trabajadoras y trabajadores, reforzando el mensaje de que el ejercicio es una herramienta clave para la prevención de enfermedades.

FUENTE

<https://24-horas.mx/mexico/ssa-busca-consolidar-actividad-fisica-a-traves-del-mundial-social/>



Más de 17 mil negocios turísticos en los Pueblos Mágicos del país dan el salto digital con el apoyo de la estrategia “Avanzamos por México”.

Publicado: el 19 abril 2026.

Comunicado 075/2026.- La secretaria de Turismo del Gobierno de México, Josefina Rodríguez Zamora, informó que, a través de la estrategia Avanzamos por México, más de 17 mil negocios en destinos turísticos en los Pueblos Mágicos del país han dado el salto al mundo digital, mejorando su visibilidad, facilitando sus ventas y conectándose directamente con millones de visitantes potenciales.

- La secretaria de Turismo del Gobierno de México, Josefina Rodríguez Zamora, destacó que la estrategia impulsa un modelo para que el turismo genere ingresos reales y bienestar en las comunidades.
- La iniciativa ha llegado a 177 Pueblos Mágicos y 73 localidades turísticas, fortaleciendo la digitalización y el acceso a servicios financieros.
- Se generan más de 5 millones de impactos mensuales, ampliando la promoción de destinos y la competitividad de los negocios locales.

La secretaria de Turismo del Gobierno de México, Josefina Rodríguez Zamora, informó que, a través de la estrategia Avanzamos por México, más de 17 mil negocios en destinos turísticos en los Pueblos Mágicos del país han dado el salto al mundo digital, mejorando su visibilidad, facilitando sus ventas y conectándose directamente con millones de visitantes potenciales.

Avanzamos por México es un programa conjunto entre la Secretaría de Turismo y BBVA México, cuyo objetivo es modernizar y fortalecer el turismo comunitario en todo el país, con beneficios directos para miles de prestadores de servicios locales. Como parte de esta iniciativa, se implementan terminales de pago electrónico, pasarelas digitales y esquemas de capacitación financiera que fortalecen las capacidades comerciales y operativas de los negocios turísticos.

“Esta estrategia, que ha alcanzado una amplia cobertura nacional, impulsa un modelo con un objetivo claro: que el turismo no sólo llegue, sino que genere ingresos reales para las personas que viven de él”, señaló.

Destacó que la iniciativa ha desplegado acciones en 177 Pueblos Mágicos y 73 localidades turísticas, donde la digitalización, el acceso a servicios financieros y la promoción estratégica están transformando la forma en que operan miles de negocios locales.

En ese sentido, precisó que, de acuerdo con datos de BBVA actualmente 7 de cada 10 Pueblos Mágicos cuentan con acceso a cajeros automáticos y la mitad dispone de sucursales bancarias, mientras que en otras localidades turísticas la cobertura alcanza hasta 97 por ciento, lo que facilita el consumo de los visitantes y fortalece las oportunidades de crecimiento para los negocios.

Asimismo, subrayó que la implementación de plataformas digitales, herramientas de cobro electrónico y esquemas de financiamiento ha permitido que micro,



pequeñas y medianas empresas se integren de manera más activa a la cadena de valor turística, elevando su competitividad en un entorno cada vez más digital.

“Cuando impulsamos la digitalización y el acceso al financiamiento, abrimos la puerta a nuevas oportunidades para las comunidades. El turismo debe traducirse en bienestar real y prosperidad compartida para las personas”, afirmó.

Añadió que la estrategia también ha fortalecido la promoción de los destinos, generando más de 5 millones de impactos mensuales que amplifican la oferta turística y comercial local, atraen nuevos visitantes y dinamizan la economía regional.

Rodríguez Zamora explicó que Avanzamos por México articula esfuerzos entre los tres órdenes de gobierno y la iniciativa privada para fortalecer las capacidades de los destinos turísticos, particularmente en Pueblos Mágicos y localidades con vocación turística, mediante acciones enfocadas en la digitalización, el acceso a servicios financieros y la promoción estratégica.

También, señaló que el fortalecimiento de la presencia digital de los negocios ha demostrado ser un factor clave para su crecimiento, al permitirles aumentar su visibilidad, mejorar su reputación y atraer nuevos clientes, tanto nacionales como internacionales.

“En su siguiente etapa, la estrategia continuará ampliando su alcance, fortaleciendo la digitalización de negocios, promoviendo el acceso al financiamiento y consolidando ecosistemas turísticos más resilientes y competitivos”, concluyó.

Con esta iniciativa, se pondrá en marcha la implementación de terminales de pago electrónico, pasarelas digitales y capacitación financiera, con beneficios directos para prestadores de servicios.

DATOS DUROS

- La iniciativa ha llegado a 177 Pueblos Mágicos y 73 localidades turísticas, fortaleciendo la digitalización y el acceso a servicios financieros.
- Se generan más de 5 millones de impactos mensuales, ampliando la promoción de destinos y la competitividad de los negocios locales.
- La secretaria de Turismo del Gobierno de México, Josefina Rodríguez Zamora, informó que, a través de la estrategia Avanzamos por México, más de 17 mil negocios en destinos turísticos en los Pueblos Mágicos del país han dado el salto al mundo digital, mejorando su visibilidad, facilitando sus ventas y conectándose directamente con millones de visitantes potenciales.
- Destacó que la iniciativa ha desplegado acciones en 177 Pueblos Mágicos y 73 localidades turísticas, donde la digitalización, el acceso a servicios financieros y la promoción estratégica están transformando la forma en que operan miles de negocios locales.
- En ese sentido, precisó que, de acuerdo con datos de BBVA actualmente 7 de cada 10 Pueblos Mágicos cuentan con acceso a cajeros automáticos



y la mitad dispone de sucursales bancarias, mientras que en otras localidades turísticas la cobertura alcanza hasta 97 por ciento, lo que facilita el consumo de los visitantes y fortalece las oportunidades de crecimiento para los negocios.

FUENTE

<https://www.gob.mx/sectur/articulos/mas-de-17-mil-negocios-turisticos-en-los-pueblos-magicos-del-pais-dan-el-salto-digital-con-el-apoyo-de-la-estrategia-avanzamos-por-mexico?idiom=es>

Advierte Amatur afectación al turismo por limitar uso comercial de patrimonio cultural.

Publicado: el 19 abril 2026.

Por: Jesus Vázquez

Consideran que limitar su promoción afectaría la llegada de turistas y, con ello, la generación de empleos y la aportación económica del sector.

Cancún, Q Roo.- Luego del fallo de la Corte que apunta a limitar el uso comercial del patrimonio cultural de los pueblos originarios en México, la Asociación Mexicana de Agencias de Turismo (AMATUR) expresó su preocupación al considerar que esto podría afectar de manera significativa a la industria turística en el país.

A través de un posicionamiento público, Sergio González Rubiera, presidente del organismo, señaló que estas medidas no solo impactan a una compañía en particular, sino que representan un riesgo más amplio para el sector turístico, al poner en entredicho el uso de elementos culturales que forman parte esencial de la promoción de México a nivel internacional.

“Es por ello que manifestamos desde aquí, por una parte, nuestra solidaridad al Grupo Xcaret, que tanto ha contribuido a lo largo de más de tres décadas a la promoción de nuestros destinos y al fomento de la cultura y las tradiciones de México, sino que además manifestamos nuestro total rechazo a estas disposiciones de la Suprema Corte y nos unimos al exhorto de otros grupos empresariales para solicitar, primero, que se revise la ley, sus lagunas y carencias; que se elimine la discrecionalidad, y por otra parte, que se trabaje a la brevedad posible en la redacción de un reglamento coherente, útil y con la participación de los grupos empresariales”, puntualizó.

El organismo subrayó que la cultura, y en especial la herencia maya, constituye uno de los principales atractivos para los visitantes, más allá del tradicional segmento de sol y playa.

En ese sentido, advirtió que limitar su promoción podría afectar la llegada de turistas y, con ello, la generación de empleos y la aportación económica del sector.

Cuestionó la aplicación de la ley vigente, promulgada en 2022, al señalar que presenta vacíos legales y carece de un reglamento que defina con claridad sus alcances, lo que abre la puerta a interpretaciones discrecionales por parte de la autoridad.

El fallo judicial

El pasado 27 de marzo, la Suprema Corte de Justicia de la Nación revocó el amparo que le permitía a Grupo Xcaret el uso de elementos culturales de la civilización Maya en sus parques temáticos.



El caso se origina a partir del expediente 1649/2024, cuando la empresa se amparó contra la orden del Instituto Nacional del Derecho de Autor (Indautor) de retirar de circulación y exhibición contenidos publicitarios que utilizaban elementos del patrimonio cultural maya.

Durante el juicio la empresa argumentó que contaba con una autorización para el uso de los elementos culturales, otorgada por un órgano denominado “El Gran Consejo Maya”.

El juzgado de distrito que conoció del asunto le concedió la suspensión definitiva a la empresa, permitiéndole continuar con el uso del patrimonio cultural en su publicidad en tanto se resolvía el fondo del asunto.

El caso llegó al pleno de la Corte, la cual concluyó que el patrimonio cultural material e inmaterial pertenece colectivamente a los pueblos y comunidades indígenas, por lo que su protección es un asunto de orden público e interés social.

“El Estado tiene la obligación de garantizar el resguardo de dicho patrimonio frente a cualquier uso indebido o no autorizado”, se lee en el fallo de la Corte.

Protestas

Apenas el jueves de 16 de abril, alrededor de 50 personas, en su mayoría canoeros, se manifestaron en la Plaza 28 de Julio de Playa del Carmen, por la suspensión de la Travesía Sagrada Maya, organizado por Grupo Xcaret.

Los participantes manifestaron su rechazo a la suspensión del evento, hecho que fue considerado como un atentado contra uno de los eventos tradicionales más importantes de Quintana Roo.

Los inconformes indicaron que la Travesía Sagrada Maya no solo es un atractivo turístico, sino una expresión viva de la cultura ancestral de la región.

La suspensión de la travesía, según un comunicado de Grupo Xcaret, fue tomada ante la falta de certidumbre luego de perder el amparo que le permitía el uso de elementos prehispánicos en sus parques y actividades.

FUENTE

<https://www.eleconomista.com.mx/estados/advierte-amatur-afectacion-turismo-limitar-comercial-patrimonio-cultural-20260419-809361.html>

Tianguis en Acapulco con pocas camas vacías al poco de iniciar.

Publicado: el 18 abril 2026.

Con una recuperación superior al 86% de su infraestructura hotelera, más de 17 mil habitaciones disponibles y la participación de más de 8 mil asistentes, Acapulco se declara listo para recibir el Tianguis Turístico México 2026.

El evento, que celebra su edición número 50, reunirá a los 32 estados del país, más de mil compradores internacionales de 17 países y acumula más de 30 mil citas de negocio programadas, del 27 al 30 de abril de 2026, con sede en Expo Mundo Imperial.

«Hoy encuentro un Acapulco diferente; las ocupaciones del 94% lo reflejan: hay filas en los restaurantes, hay vida, y eso significa que algo se está haciendo bien. Acapulco es otro; hoy se ven obras que no habíamos visto en más de 30 años, y eso también habla de su transformación», afirmó la titular de la Secretaría de Turismo, Josefina Rodríguez Zamora.

Por su parte, el secretario de Turismo de Guerrero, Simón Quiñones, informó que el destino registra más del 86% de recuperación hotelera. El funcionario detalló que existen más de 17 mil habitaciones disponibles en 310 hoteles. Además, indicó que la conectividad aérea y terrestre se encuentra restablecida a niveles previos.

Según la Secretaría de Turismo, el Tianguis 2026 contará con más de mil compradores internacionales. Estos participantes provienen de 17 países, entre ellos Brasil, Canadá, España, Estados Unidos, India y Reino Unido. Asimismo, se han registrado más de 30 mil citas de negocio, lo que refleja la actividad comercial del evento. El encuentro también incluirá pabellones internacionales de países como Japón, Cuba y Costa Rica.

El programa contempla actividades académicas, conferencias y talleres enfocados en el sector turístico. También se integran espacios como Ventana a México, orientado a la promoción de cocineras tradicionales y artesanías.

Como lo informó *REPORTUR.mx*, en esta edición número 50, el Tianguis Turístico México ofrecerá una agenda que incluye Ventana México, una plataforma estratégica de promoción y comercialización de artesanías y gastronomía tradicional con la participación de cocineras de todo el país. (Tianguis de Acapulco estrena foro, premios y espacio para pymes).

DATOS DUROS

- Con una recuperación superior al 86% de su infraestructura hotelera, más de 17 mil habitaciones disponibles y la participación de más de 8 mil asistentes, Acapulco se declara listo para recibir el Tianguis Turístico México 2026.
- El evento, que celebra su edición número 50, reunirá a los 32 estados del país, más de mil compradores internacionales de 17 países y acumula



más de 30 mil citas de negocio programadas, del 27 al 30 de abril de 2026, con sede en Expo Mundo Imperial.

- «Hoy encuentro un Acapulco diferente; las ocupaciones del 94% lo reflejan: hay filas en los restaurantes, hay vida, y eso significa que algo se está haciendo bien. Acapulco es otro; hoy se ven obras que no habíamos visto en más de 30 años, y eso también habla de su transformación», afirmó la titular de la Secretaría de Turismo, Josefina Rodríguez Zamora.
- Por su parte, el secretario de Turismo de Guerrero, Simón Quiñones, informó que el destino registra más del 86% de recuperación hotelera. El funcionario detalló que existen más de 17 mil habitaciones disponibles en 310 hoteles. Además, indicó que la conectividad aérea y terrestre se encuentra restablecida a niveles previos.

FUENTE

<https://www.reportur.com/hoteles/2026/04/18/tianguis-en-acapulco-con-pocas-camas-vacias-al-poco-de-iniciar/>



Andrea Bocelli logra unir ópera y cumbia para cimbrar a 130 mil personas en el Zócalo.

Publicado: el 18 abril 2026.

Por: Ángel Vargas

Ciudad de México. Una fusión inusual tuvo lugar la noche de este sábado en el corazón de la Ciudad de México. Transformado en una inmensa sala de concierto al aire libre, en el Zócalo convergieron la ópera y el canto académico con el desparpajo gozoso de la cumbia.

Un entrecruce de geografías, generaciones y músicas: desde la Toscana italiana el tenor Andrea Bocelli, de Iztapalapa para el mundo Los Ángeles Azules, y originaria de la Perla Tapatía, Ximena Sariñana.

Y la ópera, contra todo pronóstico, se apoderó con fuerza del Zócalo. Lo movió desde sus cimientos de concreto y memoria. Porque no eran caderas rítmicas ni pasos prohibidos los que hicieron vibrar la plaza más grande de América Latina, sino los Do de pecho prolongados, apoteósicos, que retumbaron varias veces en el centro de la otrora capital del imperio mexicana.

Según datos del gobierno de la Ciudad de México, más de 130 mil personas se dieron cita para ser testigos de ese prodigio. Entre ellas, la jefa de Gobierno Clara Brugada, y Beatriz Gutiérrez Müller, esposa del ex presidente Andrés Manuel López Obrador.

El concierto formó parte del *Romanza 30th Anniversary World Tour*, con el que Bocelli celebra las tres décadas de la aparición de ese álbum que lo detonó a la fama.

Con casi 20 minutos de retraso, las acciones comenzaron con la proyección en las tres pantallas del escenario de un recuento de las óperas que ha interpretado el tenor italiano desde 1994: *Tosca*, *Werther*, *Carmen* y *Madama Butterfly*, entre otras.

El cantante apareció de entre las penumbras vistiendo un elegante saco azul celeste y lo demás en negro, entre el delirio de una multitud emocionada que le habría de celebrar todas sus intervenciones durante cerca de hora y media.

La primera aria puso a prueba el portento de su voz. Al concluir con un prolongado do de pecho que resonó estruendoso y conmovedor, una ovación igual de estremecedora se hiló entre el público con aquella que provocaron las primeras notas de *La donna è mobile*.

Acompañado por la Orquesta Sinfónica de Minería y bailarines de ballet, así como un grupo de cantantes y músicos invitados, como el barítono Juan Carlos Heredia y las sopranos Larisa Martínez y Pia Toscano, así como la violinita Rusanda Panfili, el programa trajo consigo lo más conocido y llegador del repertorio operístico universal: *Carmen* y su embrujo gitano y el drama de *La*



Traviata y de *Los pescadores de Perlas*, por mencionar algunos títulos. Los teléfonos inteligentes no se daban abasto para tomar fotos, *selfies*, videos.

No siempre hay oportunidad de tener la ópera a la mano ni a un cantante de esa talla mundial, como señaló doña Ofelia, “la Chabuela”, como le dicen afectuosamente sus nietos “para ahorrarse lo de pinche abuela”, quien a sus 85 años festejó que en la capital mexicana se “ofrezca gratis esta música tan bonita”, que ella conoció en su juventud cuando trabajaba como recamarera en la embajada de Austria.

El *O fortuna* de *Carmina Burana*, siempre espectacular en cualquier escenario, en el Zócalo adquirió una dimensión superlativa, sobrecogedora, con el virtuosismo de la orquesta sinfónica y del coro, alternando con cuatro bailarines de ballet.

¿Quién dice que la música clásica y la ópera son aburridos? El público permaneció embelesado, hipnotizado ante la belleza y potencia de esas expresiones. No hubo que pedir silencio ni que pusieran atención. El hechizo de la música marcó la pauta.

Avanzado ya el concierto, el escenario se transformó en una antigua sala doméstica donde un viejo televisor proyectó presentaciones históricas de Bocelli, un emotivo álbum íntimo que hizo un recorrido por su carrera, acompañado de forma instrumental por *Vivo por ella* y *Con te partirò*.

Fue un punto de quiebre para dar paso a la canción fina, comenzando con *Caruso* del grandioso e inolvidable Lucio Dalla. Bocelli ya había cambiado el saco azul por uno oscuro con brillos, sin perder la elegancia.

En el Zócalo no se vivía la efusividad de un concierto de Shakira, Los Fabulosos Cadillacs o el grupo Firme. No en ímpetu: fue una emoción más contenida o reservada. Algo más sentido y reflexivo, íntimo.

Hasta que, luego de una hora, esa marea humana aulló y comenzó a vibrar. Llegó el momento del baile con Los Ángeles Azules y su pegadora *Mis sentimientos*, en voz de Ximena Sariñana. Todos con las manos arriba. “¡De Iztapalapa para el mundo, chingaos!”. Y un “¡Viva México!” a todo pulmón desde el escenario arrancó otro grito enardecido entre la multitud. El lugar se transformó en una pista callejera de baile.

Al concluir, Bocelli dio cuenta de sus dotes de multiinstrumentista al tocar la flauta traversa mientras Sariñana cantaba el clásico de Louis Armstrong *What a Wonderful World*. Y de súbito, el cielo del corazón de la otrora gran Tenochtitlan se incendió y encendió de colores con fuegos artificiales, serpentinas y confeti, haciendo del lugar un delirio de dicha.

En esa misma tónica, y luego de que Bocelli dio en español las gracias por “esta maravillosa noche”, llegó la esperada fusión de ópera y cumbia: la voz del tenor y el quehacer de la orquesta sinfónica en un abrazo fraternal con el guapachoso



ritmo de Los Ángeles Azules, en la interpretación de otro de sus grandes clásicos: *Vivo por ella*.

Con el gozo y el espíritu festivo en todo lo alto, Bocelli se despidió tras casi hora y media de actuación, pero el público lo aclamó y le reclamó otra. No se hizo del rogar y regresó de inmediato para entonar el que acaso es su himno: *Con te partirò*, entre la aclamación generalizada y extasiada.

Portaba otro saco igual de elegante, ahora en vino. Partía de nuevo del escenario y el público no lo dejaba. Regresó una vez más para complacer con otro *encore*, ahora del mundo de la ópera: *Nessun dorma*, que culminó ante el estallido generalizado de felicidad y conmovido del público y entre fuegos artificiales, otra vez coloreando el cielo chilango.

FUENTE

<https://www.jornada.com.mx/noticia/2026/04/18/espectaculos/andrea-bocelli-logra-unir-opera-y-cumbia-para-cimbrar-a-130-mil-personas-en-el-zocalo>

Magnicharters: Crónica de la quiebra, sin atender adeudos.

Publicado: el 18 abril 2026.

Por: Ángel Iturralde

El pasado 11 de abril Magnicharters dejó de operar todos sus vuelos programados y mediante un comunicado a las agencias de viajes y clientes, aseguró que sólo sería por dos semanas debido a “problemas logísticos”. Y horas más tarde, la Agencia Federal de Aviación Civil (AFAC) determinó la suspensión temporal del Certificado de Operador Aéreo de Magnicharters, por lo que quedó en tierra literalmente ya que sin ese certificado la aerolínea no puede vender boletos ni operar vuelos.

Posteriormente la Secretaría de Infraestructura, Comunicaciones y Transportes (SICT) a través de la AFAC, dio a conocer que las aerolíneas y los grupos aeroportuarios trabajan en conjunto en un plan de atención para los pasajeros en tránsito, más tarde la gobernadora de Quintana Roo, Mara Lezama, anunció la misma medida en sus redes sociales.

En tanto, a cientos de pasajeros afectados en el aeropuerto de Cancún, destino en donde operaba la chartera, la Procuraduría Federal del Consumidor (Profeco) los conminó a realizar una demanda colectiva por incumplimiento de contrato y otras obligaciones.

Derivado de estas cancelaciones que incluyen vuelos y hospedaje, la aerolínea debe 150 millones pesos (según la Federación Mexicana de Asociaciones Turísticas) a agencias de viajes y pasajeros, sin embargo la AFAC y Profeco informaron que dueños y los representantes legales de la aerolínea Magnicharters se encuentran prófugos.

Cabe destacar que después de emitir el comunicado el 11 de abril, las oficinas de la aerolínea permanecieron cerradas; sus teléfonos no responden y sus mostradores en el Aeropuerto Internacional de la Ciudad de México (AICM), están vacíos y sin avisos de atención a usuarios.

La Profeco explicó que hasta la tarde del martes atendió 140 asesorías y 156 llamadas de afectados por la cancelación de 18 vuelos de Magnicharters. Mientras la AFAC informó que desde el mes de enero de 2026 realizó una verificación técnica administrativa a la línea aérea de acuerdo al Artículo 84 de la Ley de Aviación Civil, en la que se identificaron y notificaron hallazgos.

Adeudos impagables con proveedores

De acuerdo con el especialista en aviación Pablo Casas Lías, a cuatro años de que termine la vigencia de la concesión que le otorgó la SICT, Grupo Aéreo Monterrey, S.A. de C.V. Magnicharters, se perfila para sumarse a los casos de fraude concursal en perjuicio de trabajadores, proveedores y pasajeros, que se realizan al amparo de la autoridad y quedan impunes, como el caso de Mexicana, Interjet, Aeromar, y otras.



Recordó que según la última estadística publicada por la AFAC, la aerolínea opera cuatro rutas, en cinco aeropuertos con dos aeronaves de 30 años de antigüedad y, un factor de ocupación del 56.6%. La historia de la aerolínea pasa por crisis eternas y adeudos impagables con proveedores.

“La historia, demuestra que en el país, entre otras muchas cosas, no hay nada más fácil e impune para los empresarios aéreos, que colocar en estado de insolvencia a una aerolínea con el objeto de eludir obligaciones a su cargo”, enfatizó.

Consideró que el comunicado emitido por la aerolínea informando que: «...debido a problemas logísticos, los vuelos programados durante las próximas dos semanas no podrán llevarse a cabo», se entiende que fue una decisión unilateral de la concesionaria, sin el consentimiento de alguna autoridad regulatoria.

Casas Lías expuso que “una de las capacidades con la que debe contar todo concesionario para la prestación del servicio público de transporte aéreo nacional regular, es la financiera. Si no hay dinero no hay mantenimiento, capacitación, refacciones, taller, lo que en automático pone en duda la seguridad aérea de toda aerolínea”.

“Una vez detectada la falta de recursos mediante una verificación ordinaria o específica, la AFAC puede proceder a la intervención administrativa, requisa, suspensión del servicio o aseguramiento los bienes de la concesionaria, a efecto de garantizar la prestación del servicio y, en su caso, el pago de adeudos. Facultades que nunca hace valer la AFAC, a pesar de ser públicos, siempre, los problemas económicos de la aerolínea en turno de suspensión de operaciones y/o proceso de quiebra”.

“Los fraudes maquinados en la industria aérea mexicana, se explican en el hecho de que para dicha conducta, no hay sanción alguna. Ni delito tipificado. En efecto, ni la Ley de Vías Generales de Comunicación; ni la Ley de Aviación Civil y su Reglamento, prevén como delito la conducta de quienes administran una aerolínea hacia el estado de insolvencia, con el objeto de eludir obligaciones a su cargo”, puntualizó el especialista.

“Solo se sancionan conductas irregularmente administrativas, con la imposición de multas cuantificadas con base en unidades de medida y actualización. En ese sentido, es importante que se promueva una reforma legislativa para que se tipifique debidamente y se sanciona con cárcel, ese tipo de conductas”.

“El delito de fraude se encuentra previsto y regulado en el Código Penal Federal. A pesar de ello, para los afectados de un fraude concursal maquinado de una aerolínea, resulta todo un problema poder acreditarlo. Aunado a que, la AFAC, no denuncia como autoridad, las conductas irregulares”, advirtió.

“Un factor más de la corrupción, son los sindicatos. Normalmente, en los fraudes concursales maquinados de una aerolínea, el líder o líderes sindicales, son



cooptados por los dueños de las mismas, para servir a sus intereses y no al de los trabajadores”, indicó.

Magnicharters y su modelo rebasado

Magnicharters fue fundada en 1994 por Augusto Bojórquez y Luis Bojórquez Maza, bajo el nombre de Grupo Aéreo Monterrey. Su modelo de negocio era sencillo y, durante muchos años, muy exitoso: ofrecer vuelos hacia destinos turísticos de sol y playa, como Cancún, Puerto Vallarta, Huatulco e Ixtapa, combinados con paquetes vacacionales accesibles. Era, en pocas palabras, la aerolínea del mexicano que quería irse a descansar sin complicarse la vida.

En 2015, la empresa transportó a más de un millón de pasajeros al año, lo que representaba una empresa sólida, con nombre propio y una base de clientes fieles. Sin embargo, para 2025 esa cifra había caído a poco más de 208 mil usuarios, lo que representa una pérdida del 79% en una sola década.

Su modelo original, basado en vuelos chárter y paquetes vacacionales, quedó rezagado frente a la evolución del mercado y la consolidación de aerolíneas de bajo costo, que con tarifas más baratas y mayor frecuencia de vuelos fueron ganando terreno y dejando a Magnicharters sin su nicho histórico.

Es de mencionar que la turbosina subió 32.1% en marzo, presión para la rentabilidad de las aerolíneas y más para una empresa debilitada financieramente, pues así quedó expuesto luego que el 19 de diciembre de 2025, cuando el piloto Édgar Macías González se negó a despegar un vuelo hacia Cancún en protesta por la falta de pago de hasta cinco meses de salario.

Además, como lo apuntó Pablo Casas, la empresa operaba con un certificado de operación vencido desde 2024, situación que se mantuvo hasta el 11 de abril de este año. Es decir, durante casi dos años voló sin tener en regla el documento más básico que acredita que una aerolínea puede operar legalmente. “Y la AFAC no la detuvo”, recalcó el experto en aviación.

En este contexto, José David Bojórquez Maza, quien funge como director y representante legal de la firma, no ha sido localizado, de acuerdo con las autoridades.

FUENTE

<https://inversion-turistica.com/2026/04/18/magnicharters-cronica-de-la-quiebra-sin-atender-adeudos/>

Xcaret cancela Travesía Sagrada 2026.

Publicado: el 18 abril 2026.

Por: Ángel Iturralde

Luego del resolutivo que dictó la Suprema Corte de Justicia de la Nación (SCJN), en torno al uso de la simbología Maya, para evitar que su realización se pudiera interpretar como un acto de rebeldía o confrontación con las autoridades responsables del patrimonio cultural del país, Grupo Xcaret canceló su magno evento anual Travesía Sagrada 2026.

La decisión obedece a cumplir con la sentencia pero también “una estrategia para evitar que la empresa sea un pretexto de conflictos entre actores involucrados en la representación cultural maya”, señaló Ileana Rodríguez Cavazos, directora corporativa de sostenibilidad y diálogo institucional del consorcio empresarial.

“Lo hacemos para evitar que la realización de este evento se pueda interpretar como un acto de rebeldía o confrontación con las autoridades responsables del patrimonio cultural en nuestro país, quienes no han solicitado al momento ninguna acción en el sentido de manera específica, por lo que es un acto voluntario”, indicó Grupo Xcaret.

“Nuestro objetivo es proteger la viabilidad a largo plazo de esta actividad, evitando cualquier riesgo que pueda comprometer su desarrollo y que al generar incertidumbre pueda promover el encono entre las comunidades participantes y las de la región”, agregó.

De acuerdo con Xcaret, la Travesía Sagrada recrea una antigua tradición prehispánica que se dejó de realizar hace aproximadamente 500 años, la cual honra la navegación de los antiguos mayas. Tras haber permanecido en el olvido por más de cinco siglos, esta actividad fue rescatada hace 19 años por el Grupo, con base en documentación de expertos y con el objetivo central de enaltecer la grandeza de nuestra cultura nacional, aseguró.

Xcaret añadió que desde su recuperación, esta tradición ha sido abrazada de manera extraordinaria por la población local; alcanzando un total de participantes de 5,322 personas, quienes a lo largo de estos 19 años han logrado integrarse como canoeros y canoeras, actualmente se reportaron completamente preparados 333 personas canoeras que han superado las pruebas para tomar parte en la travesía, todos ellos miembros de la comunidad de Playa del Carmen, Cancún, Tulum y Cozumel.

Adicionalmente a 300 personas que estaban relacionadas al elenco voluntario, que está conformado por danzantes y artistas de la comunidad; entre mujeres mayores de 60 años, niñas, niños y adolescentes provenientes de Playa del Carmen, Cozumel, Tulum, y de comunidades mayas de Tihosuco, Chunhuhub y Felipe Carrillo Puerto.



CAMARA DE COMERCIO
SERVICIOS Y TURISMO
CIUDAD DE MEXICO

FUENTE

<https://inversion-turistica.com/2026/04/18/xcaret-cancela-travesia-sagrada-2026/>

México: ¿Qué hacer en mayo y junio?.

Publicado: el 17 abril 2026.

Por: Alejandra Bailon

Agenda turística mayo 2026 México: festivales, conciertos y eventos rumbo al Mundial

La agenda turística mayo 2026 México reúne una amplia variedad de eventos culturales, musicales, gastronómicos y deportivos que posicionan al país como uno de los destinos más dinámicos de la región.

Desde festivales internacionales hasta conciertos y eventos vinculados al Mundial 2026, este mes ofrece opciones para distintos perfiles de viajero, generando flujo turístico en múltiples destinos.

Festival Cultural de Mayo

Dónde: Guadalajara, Jalisco

Fecha: 7 al 29 de mayo de 2026

Precio: \$150 a \$550 MXN

Uno de los encuentros culturales más importantes del país, con una programación que integra música, danza, circo y exposiciones en recintos emblemáticos de la ciudad.

VidantaWorld's Concert Series:

Michael Bublé

Dónde: Nuevo Vallarta, Nayarit

Fecha: 21 de mayo de 2026

Precio: \$2,900 a \$18,250 MXN

Evento musical de alto nivel que combina entretenimiento con turismo de lujo en un entorno de resort.

Copa Mundial FIFA 2026: partido inaugural

Dónde: Ciudad de México

Fecha: 11 de junio de 2026

Precio: \$7,500 a \$78,000 MXN



México abrirá el Mundial 2026 con un evento de alcance global que detonará turismo internacional, ocupación hotelera y consumo en la capital.

FIFA Fan Festival CDMX

Dónde: Zócalo, Ciudad de México

Fecha: 11 de junio al 19 de julio de 2026

Precio: Acceso gratuito

Espacio público con pantallas gigantes, música, gastronomía y ambiente mundialista, convirtiéndose en uno de los principales puntos de reunión durante el torneo.

Feria Nacional del Arte, Queso y Vino 2026

Dónde: Tequisquiapan, Querétaro

Fecha: 7 al 24 de mayo de 2026

Precio: Acceso gratuito (actividades adicionales con costo)

Evento gastronómico que reúne bodegas, productores y experiencias culinarias, ideal para turismo de fin de semana.

Un mes clave para el turismo en México

La agenda de mayo anticipa el dinamismo turístico previo al Mundial 2026, con eventos que activan distintos segmentos: cultural, gastronómico, musical y deportivo.

Esta diversidad fortalece la competitividad del país y confirma su capacidad para atraer tanto turismo nacional como internacional.

México no solo recibe turistas.

Los mueve con experiencias.

FUENTE

<https://www.travelreport.mx/noticias/agenda-turistica-mayo-2026-mexico-eventos/>

Clara Brugada propone home office por el Mundial 2026.

Publicado: el 17 abril 2026.

Por: Circe Vargón

Clara Brugada, jefa de Gobierno de CDMX busca reducir tráfico y contaminación, como parte del plan “Mundial Verde”.

Clara Brugada, jefa de Gobierno de CDMX, propuso impulsar el home office y suspender clases durante el Mundial 2026 para reducir tráfico y contaminación, como parte del plan “Mundial Verde”.

La Ciudad de México se encuentra en plena transformación ante la llegada del Mundial 2026. Clara Brugada, jefa de Gobierno, lanzó una propuesta que busca recuperar el trabajo remoto como estrategia para enfrentar el aumento de movilidad que se espera durante el torneo.

La idea es sencilla pero ambiciosa: menos autos en circulación, menos tiempo perdido en traslados y una capital más respirable en medio de la euforia futbolera.

El llamado de Brugada está dirigido a empresarios y actores económicos, con el objetivo de que trabajadores realicen sus actividades desde casa en los días de partidos.

La medida recuerda lo vivido durante la pandemia, cuando el home office se convirtió en una solución obligada, y ahora se plantea como una herramienta para equilibrar la fiesta deportiva con sus efectos secundarios.

Suspensión de clases: una medida complementaria

En paralelo, el gobierno capitalino gestiona la posible suspensión de clases en días clave del Mundial. La intención es reducir aún más la saturación en calles y transporte público, especialmente en zonas cercanas a los estadios y eventos masivos.

Esta medida se suma al esfuerzo por aliviar la presión sobre la movilidad y garantizar que la ciudad pueda funcionar sin colapsar.

“Mundial Verde”: con juego limpio, el planeta gana

El home office y la suspensión de clases forman parte de un plan más amplio denominado “Mundial Verde”. Junto a la secretaria de Medio Ambiente, Julia Álvarez Icaza, Brugada delineó diez ejes que buscan disminuir el impacto ambiental del torneo. Entre las acciones destacan:

- Eliminación de plásticos de un solo uso en estadios y zonas turísticas.
- Impulso al uso de vasos reutilizables y corredores de comercios responsables.



- Instalación de estaciones de separación de residuos en eventos masivos como el Fan Fest.
- Transformación de materiales reciclables en mobiliario urbano.

La propuesta busca que los visitantes no solo disfruten del futbol, sino que también participen en una dinámica más responsable con el medio ambiente.

Sin embargo, las obras y adecuaciones rumbo al Mundial ya generan incomodidad entre los habitantes de la capital. Para muchos, la sensación es que las decisiones urbanas responden más a la urgencia de proyectar una buena imagen hacia el exterior que a resolver las tensiones internas que ya existían.

FUENTE

<https://mvsnoticias.com/nacional/cdmx/2026/4/17/clara-brugada-propone-home-office-por-el-mundial-2026-736916.html>