



**¡San Pancho! ES OFICIAL: Los 49ers jugarán en el Estadio Azteca
Banorte por el regreso de la NFL a México.**

Publicado: el 18 febrero 2026.

Tras el Mundial, el césped de Santa Úrsula recibirá otro evento internacional: el Estadio Banorte será la casa de los San Francisco 49ers como parte de la NFL en México 2026.

‘Nueva parada en su gira mundial’: Los San Francisco 49ers jugarán en calidad de local en el Estadio Banorte (Azteca) como parte del regreso de la NFL a México para la temporada 2026/27.

San Francisco 49ers confirmó su visita a la Ciudad de México, aunque su rival y fecha del partido se dará a conocer cuando se publique el calendario 2026, es decir, se prevé que sea después del Draft

Poco antes, el ala cerrada George Kittle de los 49ers ‘guiñó’ con la llegada de los 49ers de San Francisco al Mexico City Game 2026. El jugador compartió una historia en donde buscó una ruta en el mapa desde San Francisco a Ciudad de México.

Acompañando, puso un sticker de Nacho Libre, popular personaje de una película de comedia del actor Jack Black y un mensaje que decía “otro más”, en alusión a que juegan en Australia a inicios de temporada ante Los Angeles Rams, aunque este en calidad de ‘visitante’.

El 11 de febrero, el periodista John Sutcliffe adelantó para *ESPN* que los ‘Niners’ serían el equipo que se decantó para jugar en la Ciudad de México, aunque sin dar a conocer el rival.

De acuerdo con sus encuentros ya definidos, los candidatos para viajar a la capital son Arizona Cardinals, Los Angeles Rams, Seattle Seahawks, Denver Broncos, Las Vegas Raiders, Philadelphia Eagles, Washington Commanders, Miami Dolphins o Minnesota Vikings.

49ers jugarán dos partidos fuera de EU en la NFL 2026/27

Previo al Super Bowl y otros anuncios, el periódico *The Mercury News* informó que existía la posibilidad de que los 49ers de San Francisco jugaran dos partidos internacionales, lo cual cobró fuerza tras el campeonato de Seattle Seahawks en el Super Bowl LX.

Los ‘Halcones Marinos’ de Seattle hubieran sido el equipo designado para visitar a los Rams en Australia; sin embargo, su calidad como campeones los obliga a abrir el torneo durante la Semana 1 en calidad de local como parte del Thursday Night Football, lo que los ‘eliminó’ de la ecuación.



Roger Goodell, comisionado de la NFL fue cauto en conferencia de prensa al ser cuestionado sobre el tema aunque no 'desahució' la posibilidad: "Los 49ers, desde el primer día allá por los años 80, levantaban la mano (...) y no tengo dudas de que querrán participar".

El dueño de los 49ers, Jed York, le adelantó a *Imagen Sports* la posibilidad de 'renunciar' a uno de sus partidos en casa para jugarlo fuera de EU: "México siempre es el número uno en mi lista", sentenció.

Cowboys y Cardinals, equipos que quedaron como 'pretendientes' del Azteca

En septiembre, Jerry Jones, dueño de los 'Vaqueros' de Dallas, aseguró que su equipo jugaría en el Estadio Azteca una vez que terminaran las adecuaciones del inmueble para el Mundial 2026.

Tras el anuncio del regreso de la NFL a México, se recordaron las palabras del empresario. Sin embargo, Sutcliffe informó que en la 2026/27 sería Brasil la casa de Dallas. Posteriormente, la NFL oficializó el juego de los Cowboys en el Maracanã.

El periodista informó previamente que, en caso de que no fueran los 49ers, el principal candidato para recibir en la Ciudad de México era Arizona Cardinals.

La NFL firmó un acuerdo por tres años para jugar partidos de temporada regular en México que, desde 2005, ha sido sede de seis juegos oficiales.

Fue en 2022, previo al arranque de las remodelaciones para la Copa del Mundo de la FIFA, que se jugó la NFL por última vez en el 'Coloso de Santa Úrsula'. En ese encuentro, precisamente San Francisco 49ers venció a Arizona Cardinals por 38-10.

FUENTE

<https://www.elfinanciero.com.mx/deportes/2026/02/18/san-pancho-es-oficial-los-49ers-jugaran-en-el-estadio-azteca-banorte-por-el-regreso-de-la-nfl-a-mexico/>



Los San Francisco 49ers jugarán el partido de la NFL en México en 2026.

Publicado: el 18 febrero 2026.

CIUDAD DE MÉXICO, MÉXICO — 18 de febrero de 2026 — La Liga Nacional de Fútbol Americano (NFL) anunció que los San Francisco 49ers serán uno de los equipos participantes para el próximo juego de la NFL 2026 en la Ciudad de México, presentado por Banorte.

El partido en México será uno de un récord de nueve partidos internacionales en 2026 en cuatro continentes, siete países y ocho estadios, y se jugará en el icónico Estadio Banorte como parte de un compromiso de varios años para jugar partidos en la Ciudad de México en 2026, 2027 y 2028.

"Estamos encantados de recibir a los San Francisco 49ers una vez más en la Ciudad de México para el Juego de la NFL México 2026", declaró el Director General de la NFL, Arturo Olive. "Regresar al Estadio Banorte demuestra nuestro firme y continuo compromiso con México. Pocos lugares generan la energía que vemos aquí, y esperamos regresar a un país que juega un papel tan importante en el crecimiento de nuestro deporte".

"Estamos encantados de regresar a México y jugar ante una de las aficiones más apasionadas de la liga", declaró Al Guido, director ejecutivo de los San Francisco 49ers. "Después de dos experiencias inolvidables en 2005 y 2022 en la Ciudad de México, nos entusiasma reencontrarnos con los Mexican Faithful y esperamos con ansias la energía que aportará la afición local para crear una verdadera ventaja de local para nuestro equipo en el extranjero".

El oponente de los 49ers, junto con la fecha del juego y la hora de inicio, se anunciarán cuando se revele el calendario completo de la NFL 2026 esta primavera.

Los 49ers son uno de los 10 equipos que tienen derechos de marketing en México como parte del Programa de Mercados Globales de la liga, una iniciativa que otorga a los clubes de la NFL derechos de marketing internacional para crear conciencia de marca y afición más allá de Estados Unidos, a través de la participación de los fanáticos, eventos y oportunidades comerciales.

El regreso de los juegos de la temporada regular de la NFL en México se basa en la historia de la liga de jugar cinco juegos anteriores en el Estadio Banorte en 2005, 2016, 2017, 2019 y 2022. Con 40 millones de fanáticos de la NFL, la base de fanáticos más grande fuera de los EE. UU., y con una oficina en la Ciudad de México desde 1998, la liga se enfoca en aumentar la presencia durante todo el año a través de actividades de participación de los fanáticos, desarrollo de la bandera de la NFL, iniciativas de impacto comunitario y crecimiento del juego en todos los niveles.

El fútbol bandera, el formato sin contacto del juego, debutará como deporte olímpico en Los Ángeles 2028 (LA28). NFL Flag, el programa oficial de fútbol



bandera juvenil de la liga, se lanzó en México en el año 2000 y se proyecta que este año llegue a 3.3 millones de niñas y niños en todo el país.

Los fanáticos pueden registrarse para obtener información sobre el juego de la NFL 2026 en la Ciudad de México aquí.

Se han jugado sesenta y dos partidos de la temporada regular de la NFL fuera de los Estados Unidos; hasta la fecha, Londres, Berlín, Múnich, Frankfurt, Madrid, Dublín, São Paulo, Ciudad de México y Toronto han sido sede de partidos.

Mercados internacionales de la NFL 2026: (** designa un nuevo mercado/ciudad para 2026*)

- Londres, Reino Unido (dos partidos en el estadio Tottenham Hotspur y uno en el estadio Wembley)
- Madrid, España (Estadio Bernabéu)
- Melbourne, Australia * (Campo de críquet de Melbourne)
- Ciudad de México, México (Estadio Banorte)
- Múnich, Alemania (FC Bayern Munich Arena)
- París, Francia * (Estadio Stade de France)
- Río De Janeiro, Brasil * (Estadio Maracanã)

Los fanáticos pueden registrarse para recibir información sobre todos los Juegos Internacionales de la NFL 2026 en los siguientes sitios:

- Partido de la NFL en Melbourne 2026: com/Melbourne
- Partido de la NFL en Río 2026: com/Rio
- Partido de la NFL en Múnich 2026: com/Munich
- Partido de la NFL en Madrid 2026: com/Madrid
- Partido de la NFL en París 2026: com/Paris
- Partido de la NFL 2026 en la Ciudad de México: com/Mexicocity2026

Partidos de temporada regular jugados en la Ciudad de México:

- 2005: San Francisco 49ers 14, Arizona Cardinals 31 - Estadio Azteca, 103,467 asistentes
- 2016: Houston Texans 20, Oakland Raiders 27 - Estadio Azteca 76,473 asistentes
- 2017: New England Patriots 33, Oakland Raiders 8 - Estadio Azteca 77,357 asistentes
- 2019: Kansas City Chiefs 24, LA Chargers 17 – Estadio Azteca 76,252 asistentes



CAMARA DE COMERCIO
SERVICIOS Y TURISMO
CIUDAD DE MEXICO

- 2022: San Francisco 49ers 38, Arizona Cardinals 10 - Estadio Azteca 78,427 asistentes

FUENTE

<https://www.49ers.com/news/san-francisco-49ers-to-play-in-2026-nfl-mexico-game>

El Azteca estará listo para el México-Portugal, asegura la FMF.

Publicado: el 18 febrero 2026.

Por: Alberto Aceves

El retraso en las obras del estadio Azteca, iniciadas en mayo de 2024, genera señales de preocupación, pero no representa un riesgo para la organización de la Copa Mundial 2026. El presidente de la Federación Mexicana de Fútbol (FMF), Ivar Sisniega, señala que los reportes de quienes supervisan la remodelación del recinto —el primero en recibir en tres ocasiones una inauguración del torneo— indican que el proyecto estará listo antes del partido amistoso del 28 de marzo contra Portugal, lo cual garantiza la finalización de tribunas y espacios requeridos por la normativa FIFA para el debut de la selección nacional en la edición del próximo verano.

Aunque se trata de una carrera contra el tiempo, Sisniega descarta la búsqueda de sedes alternativas. “En cualquier proyecto de construcción existen riesgos, pero son controlados. Tenemos la garantía de las mismas personas que están supervisando las obras de que va a estar listo el 28 de marzo y, por ende, para la Copa del Mundo. La FIFA no tiene duda de eso”, comenta en conferencia de prensa desde el Centro de Alto Rendimiento, donde la FMF presentó los últimos rivales de México rumbo a la Copa: Ghana, el 22 de mayo en Puebla; Australia, el 30 del mismo mes en Pasadena (California), y Serbia, el 4 de junio, en una sede por definir cerca de la capital.

“No hay plan B, no estamos viendo ningún otro escenario en este momento. Vamos a jugar ahí. El seguimiento que le hemos dado al Azteca nos indica que va a estar listo para el amistoso con Portugal”, asegura Sisniega en respuesta a las declaraciones del propietario del Azteca —ahora renombrado estadio Banorte— Emilio Azcárraga Jean, quien hace dos semanas visitó el inmueble para supervisar las obras y admitió no estar seguro de las fechas de terminación. “Los constructores dicen que van en tiempo. Yo no soy experto en construcción, pero no veo que sus fechas sean las fechas”, dijo al finalizar su recorrido el también empresario y dueño del América.

Según el cronograma oficial del proyecto de remodelación, publicado al cierre del mes pasado, los trabajos presentan un avance estimado de entre 75 y 80 por ciento con la atención centrada en la culminación de palcos, zonas de hospitalidad, áreas de prensa, instalación tecnológica, pruebas eléctricas y certificaciones estructurales, debido al periodo de pruebas operativas y simulacros exigidos por FIFA. Mientras el verano se acerca, la FMF ya se ha anotado otros compromisos: un encuentro de leyendas entre México y Brasil el 19 de abril, cuando presuntamente continuarán las obras, y la solicitud del América de regresar al recinto el mismo mes para jugar en la Liga Mx.

Caos en los alrededores

Autoridades locales y representantes del gobierno de la Ciudad de México han acelerado las acciones para evitar fallas de energía. La Comisión Federal de



Electricidad realizó ayer una inspección técnica en la que se revisaron circuitos eléctricos, subestaciones y mecanismos de respaldo diseñados para soportar escenarios de alta demanda energética. Fuera del inmueble, los trabajos también avanzan con prisas. El sonido constante ya no es el de gritos y porras de los equipos, sino el de las máquinas excavadoras. Los vecinos de las colonias aledañas se quejan de la escasez de agua, inseguridad y ruido excesivo, así como de precios de alquiler que se han duplicado y obligan a residentes antiguos a mudarse.

Sobre un par de carteles gigantes de la selección, en el bajo puente del Azteca, el colectivo Frente Anti-Gentrificación CDMX vandalizó la imagen de los jugadores Jesús Gallardo, Roberto Alvarado y Edson Álvarez con bigotes, lentes cuadrados y patillas dibujadas mediante un plumón, reunidas bajo un mensaje en letras gigantes relacionado con sus principales demandas: “Títeres del despojo. ¡Boicot! Alto a los desalojos. Queremos agua para las casas, no para el Mundial”. Miembros de dicho grupo sostienen que el torneo “es un evento que simula ser social, pero sólo trae consigo violencia, represión, encarecimiento, desalojos y construcciones sólo para las clases privilegiadas”.

Las lesiones, otro problema

El semblante de Ivar Sisniega y el resto de directivos de la FMF cambia cuando se habla de lesiones. Con las lesiones de Santiago Giménez, Gilberto Mora y la reciente operación en el tobillo izquierdo del capitán Edson Álvarez, quien presentaba molestias desde el año pasado, cuando cerró su traspaso al Fenerbahçe turco, la dirección deportiva del Tricolor analiza más opciones de la lista de 55 jugadores elegibles conformada por el técnico Javier Aguirre, en la que se incluye al español naturalizado mexicano Álvaro Fildago, ex mediocampista del América.

“Hemos estado en contacto con Álvaro, porque es un jugador que ha tenido un gran rendimiento en el América y es mexicano. Está dentro de los jugadores que le hemos estado dando seguimiento. Depende-rá de Javier (Aguirre) si quiere convocarlo”, explica el director deportivo, Duilio Davino. “Edson fue operado del tobillo. Para los partidos contra Portugal y Bélgica (el 31 de marzo en Chicago) no va a estar, pero el médico de la selección acaba de comunicarse con su colega en Europa. Fue una cirugía de una hora y 20 minutos, exitosa. De primera mano nos dicen que, si todo sale como lo piensan, podría llegar para el Mundial.”

A pesar de los cambios y bajas de última hora, Sisniega ratifica que el objetivo de México en la Copa es alcanzar los cuartos de final. “La exigencia no se ha movido de lo que siempre hemos hablado. Es importante pasar de la fase de grupos en primer lugar, lo tienen muy claro los jugadores. Entrar a octavos, donde enfrentaremos a rivales de buen nivel, y luego a cuartos de final. Esa es la meta mínima”.

FUENTE

<https://www.jornada.com.mx/2026/02/18/deportes/a10n1dep>



Propone diputado del PAN impuesto a turistas extranjeros que visiten CDMX; iría al Fondo Mixto de Promoción Turística de la capital, afirma.

Publicado: el 18 febrero 2026.

El diputado del PAN destacó que este tipo de cobro es una práctica que se da en muchas partes el mundo como París, Roma, Madrid, Berlín o Tokio.

El diputado local del PAN Federico Chávez propuso aplicar un impuesto de 3% a los turistas extranjeros que visiten la Ciudad de México.

Durante la sesión ordinaria de este martes en el Congreso local, el legislador presentó una iniciativa para modificar la Ley de Establecimientos Mercantiles, el Código Fiscal y la Ley de Turismo, todas de la Ciudad, para que los hoteles y restaurantes cobren este impuesto a los turistas de otros países que visiten la capital del país.

“El impuesto previsto en este capítulo no se causará respecto de personas extranjeras que acrediten, mediante documentación expedida por autoridad migratoria competente, que su estancia en el país tiene fines distintos al turismo. El impuesto materia del presente Capítulo será enterado por el prestador de servicios mediante declaración en la forma oficial aprobada por la Secretaría a más tardar el día 17 del mes siguiente a aquél en que se cause”, precisa la iniciativa.

Y añade: “El 15% de lo recaudado con motivo del impuesto establecido en este capítulo se destinará al Fondo Mixto de Promoción Turística de la Ciudad de México. El resto se invertirá en las zonas de desarrollo turístico sustentable y en las zonas de desarrollo turístico local, para financiar mejoras de infraestructura, seguridad y áreas verdes, en términos de las disposiciones aplicables”.

Durante su intervención en tribuna, el legislador indicó que el cobro a los turistas extranjeros es una práctica que se da en muchas partes el mundo como París, Roma, Madrid, Berlín o Tokio.

“Lo que estamos buscando es que se le cobre, en una cuenta normal en un restaurante, en un bar, este impuesto del 3% a las personas turistas, es decir, si tú no presentas o demuestras que eres ciudadano mexicano, se te aplicará este impuesto. En México, destinos como Quintana Roo y Baja California Sur han demostrado que funcionan y que puede implementarse con transparencia”, comentó el legislador panista.

Subrayó que gracias a esta medida la Ciudad de México podría recaudar entre mil 500 y dos mil 500 millones de pesos al año “e incluso hasta cinco mil millones en escenarios de alta actividad turística, por ejemplo, ahora que tendremos el Mundial. Estos recursos permitirán invertir en infraestructura, agua, seguridad, espacios públicos y vivienda, sin cargarle la mano a las y los capitalinos, es un nuevo impuesto sí pero que no va a recaer en el bolsillo de todos nosotros”.



CAMARA DE COMERCIO
SERVICIOS Y TURISMO
CIUDAD DE MEXICO

FUENTE

<https://www.eluniversal.com.mx/metropoli/proponen-impuesto-a-turistas-extranjeros-que-visiten-cdmx-iria-al-fondo-mixto-de-promocion-turistica-de-la-capital/#p>

Aeroméxico baja ingresos, asientos y sobre todo beneficio en 2025.

Publicado: el 18 febrero 2026.

En el informe financiero de 2025 que acaba de presentar Aeroméxico, indica la caída en ingresos de 4.6% cuando recibió 5.3 mil millones de dólares respecto a los 5.6 mil millones de dólares de 2024. Además, reportó una disminución interanual del 43.02% en utilidades.

La compañía aérea obtuvo una utilidad neta de 351 mil 861 dólares durante el año pasado, cantidad menor a lo obtenido en el 2024, que representó 617 mil 486 dólares, aunque resaltó que en el último cuatrimestre vio una mejora.

De acuerdo con el informe del cuarto trimestre, Aeroméxico tuvo ingresos por 1.4 mil millones de dólares y una utilidad neta de 164 mil 915 dólares. Lo que refleja un leve aumento del 0.2% a diferencia del balance anual y subió en utilidad un 118.6% con 75 mil 441 dólares respecto a 2024.

Así mismo, Aeroméxico, asociada a Delta, informó que la capacidad, medida en asientos-milla disponible (ASMs), disminuyó un 1.8% interanual respecto al cuarto trimestre del 2024.

Por otra parte, la aerolínea aseguró en los documentos que su estrategia será “continuar aumentando la rentabilidad y reafirmar nuestra posición como aerolínea líder en México y ser la mejor opción para los pasajeros de negocios”.

Como lo informó *REPORTUR.mx*, Andrés Conesa, CEO de Aeroméxico, cree que Estados Unidos reabrirá las rutas que cerró en octubre de 2025 el Departamento del Transporte de USA (DOT), pero además que les permitirá abrir nuevos destinos. (Aeroméxico: USA reabrirá rutas canceladas y permitirá abrir más).

“Esperemos tener buenas noticias ahí pronto, que nos permita regresar a esos vuelos y también que nos permita crecer en destinos del AICM a Estados Unidos, porque hoy no lo podemos hacer”, comentó en su momento en una conferencia de prensa.

DATOS DUROS

- En el informe financiero de 2025 que acaba de presentar Aeroméxico, indica la caída en ingresos de 4.6% cuando recibió 5.3 mil millones de dólares respecto a los 5.6 mil millones de dólares de 2024. Además, reportó una disminución interanual del 43.02% en utilidades.
- Utilidad neta de 351 mil 861 dólares durante el año pasado, cantidad menor a lo obtenido en el 2024, que representó 617 mil 486 dólares, aunque resaltó que en el último cuatrimestre vio una mejora.
- Aeroméxico tuvo ingresos por 1.4 mil millones de dólares y una utilidad neta de 164 mil 915 dólares. Lo que refleja un leve aumento del 0.2% a diferencia del balance anual y subió en utilidad un 118.6% con 75 mil 441 dólares respecto a 2024.



CAMARA DE COMERCIO
SERVICIOS Y TURISMO
CIUDAD DE MEXICO

FUENTE

<https://www.reportur.com/rss1/2026/02/18/aeromexico-baja-ingresos-asientos-y-sobre-todo-beneficio-en-2025/>

AFEET pone el foco en el Mundial 2026 como detonador económico y fortalece el bienestar del sector con MAS Servicios.

Publicado: el 18 febrero 2026.

En el marco de su Primera Junta Reglamentaria del año, AFEET abrió la conversación sobre uno de los acontecimientos más trascendentes para la industria turística mexicana: la Copa Mundial de la FIFA 2026.

El encuentro no solo dimensionó el impacto económico del evento, sino que también presentó una apuesta estratégica en materia de bienestar y asistencia para el sector, de la mano de MAS Servicios.

Mundial 2026: una derrama histórica para México

De acuerdo con un análisis de Deloitte, la Copa Mundial de la FIFA 2026 generará un impacto estimado de 2,730 millones de dólares en México, equivalente al 0.14% del PIB nacional, además de la creación de 112,200 empleos temporales, entre directos e indirectos.

Las ciudades sede —Ciudad de México, Guadalajara y Monterrey— concentrarán la mayor parte de esta derrama:

- Ciudad de México: USD 847 millones
- Jalisco: USD 385 millones
- Nuevo León: USD 350 millones

El estudio proyecta un crecimiento significativo en sectores clave:

- Alojamiento: USD 614 millones
- Gastronomía: hasta USD 480 millones
- Retail: USD 469 millones
- Transporte: USD 147 millones
- Entretenimiento: USD 39 millones

La asistencia estimada supera los 836 mil turistas, de los cuales 556 mil serán nacionales y 280 mil internacionales. A esto se suman más de 4.2 millones de asistentes a los Fan Fests, particularmente en el Zócalo capitalino.

Más allá del turismo internacional, Deloitte subraya un elemento determinante: dos de cada tres mexicanos planean ver los partidos, lo que detonará consumo interno en hogares, restaurantes, bares y cadenas comerciales, activando la llamada “canasta mundialista”.

Para AFEET, este escenario representa una oportunidad estratégica para agencias de viajes, hotelería, operadores, proveedores de servicios y empresas vinculadas al ecosistema turístico. La invitación es clara: prepararse desde ahora para maximizar una derrama que marcará al sector en 2026.

MAS Servicios: bienestar y protección en un año de alta movilidad



En el mismo foro, MAS Servicios presentó el fortalecimiento de su Membresía Integral de Salud y Viajero, una solución diseñada para acompañar al sector en un año donde la movilidad será protagonista.

Bajo el lema “Cuidamos de ti en todo momento”, la propuesta integra prevención, protección y asistencia con una gestión completamente digital.

Entre los beneficios destacan:

- Telemedicina ilimitada
- Consultas médicas presenciales con médicos generales y especialistas
- Servicios de diagnóstico y bienestar (laboratorios, rehabilitación, ópticas y odontología)
- Asistencia funeraria integral con cobertura nacional
- Call Center 24/7 los 365 días del año

MAS invitó a agencias, asociaciones y aliados estratégicos a integrar estos beneficios en sus programas corporativos y portafolios comerciales, fortaleciendo así la protección de colaboradoras y clientes en un contexto de intensa actividad turística.

AFEET: articulando oportunidades con visión estratégica

Por su parte la presidenta de AFEET, Claudia González, destacó que la combinación de una derrama económica histórica y el fortalecimiento de soluciones de bienestar configura un entorno favorable para las empresas del sector.

“AFEET reitera su compromiso con impulsar alianzas estratégicas, promover soluciones que fortalezcan la competitividad y brindar información de valor que apoye la toma de decisiones en un año clave para la industria”, subrayó.

Con más de cinco décadas de trayectoria y más de 400 asociadas en once filiales del país, AFEET continúa posicionándose como un organismo articulador que conecta información, oportunidades y soluciones reales para el turismo mexicano.

DATOS DUROS

- De acuerdo con un análisis de Deloitte, la Copa Mundial de la FIFA 2026 generará un impacto estimado de 2,730 millones de dólares en México, equivalente al 0.14% del PIB nacional, además de la creación de 112,200 empleos temporales, entre directos e indirectos.
- La asistencia estimada supera los 836 mil turistas, de los cuales 556 mil serán nacionales y 280 mil internacionales. A esto se suman más de 4.2 millones de asistentes a los Fan Fests, particularmente en el Zócalo capitalino.

FUENTE

<https://pasilloturistico.com/afeet-pone-el-foco-en-el-mundial-2026-como-detonador-economico-y-fortalece-el-bienestar-del-sector-con-mas-servicios/>

Air Canada aumenta 18% su capacidad hacia México en verano y lanza nueva ruta Guadalajara–Montréal todo el año.

Publicado: el 18 febrero 2026.

Air Canada acelera en México. La aerolínea anunció una expansión estratégica de su itinerario de verano 2026, con un incremento del 18% en su capacidad de asientos frente al verano pasado, consolidando al país como pieza clave dentro de su red global.

El crecimiento responde al fortalecimiento de los lazos comerciales y turísticos entre Canadá y México, así como al aumento sostenido en la demanda de pasajeros y carga.

Entre los anuncios más relevantes destaca la nueva ruta directa todo el año entre Guadalajara y Montréal, además del incremento de frecuencias hacia Ciudad de México, Monterrey, Cancún y Puerto Vallarta, cuatro destinos de alta demanda tanto para el mercado canadiense como para viajeros internacionales en conexión.

Los boletos ya se encuentran disponibles en los canales oficiales de la aerolínea.

México, pieza estratégica en la red global de Air Canada

“Continuamos expandiendo la sólida y diversificada red global de Air Canada, mejorando la conectividad entre nuestros hubs y las ciudades de México. Desde 1954, México es una pieza clave de nuestra red global”, afirmó Mark Galardo, Vicepresidente Ejecutivo, Director Comercial y Presidente de Carga de Air Canada.

El directivo subrayó que el nuevo servicio Guadalajara–Montréal operará durante todo el año y que el aumento de capacidad fortalecerá los históricos vínculos comerciales y turísticos entre ambas naciones.

México forma parte central de la estrategia latinoamericana de la aerolínea, permitiendo conexiones ágiles de pasajeros y carga hacia Europa, Asia y otros mercados internacionales a través de sus hubs en Montréal, Toronto y Vancouver.

Impacto económico y conectividad bilateral

El anuncio coincide con una de las Misiones Comerciales del Equipo Canadá más relevantes de los últimos años.

“El transporte aéreo facilita el turismo, el comercio y la conectividad”, señaló el Honorable Dominic LeBlanc, Presidente del Consejo Privado del Rey para Canadá y Ministro responsable de Comercio Canadá-Estados Unidos.

Por su parte, Candace Laing, Presidenta y CEO de la Cámara de Comercio de Canadá, destacó que las conexiones directas son fundamentales para que



líderes empresariales, inversionistas y emprendedores profundicen relaciones y generen resultados económicos reales.

1,700 asientos diarios hacia México en verano 2026

Para la temporada de verano 2026, Air Canada planea operar 10 vuelos diarios desde sus tres hubs globales hacia cinco destinos mexicanos, lo que equivale a 1,700 asientos diarios en vuelo sencillo.

Durante la temporada alta de invierno, la aerolínea llega a operar hasta 30 vuelos directos desde ocho ciudades canadienses hacia 11 destinos en México, consolidando su presencia en el país.

México no es un mercado nuevo para Air Canada: la aerolínea voló por primera vez al país en 1954, conectando Montréal y Toronto con Ciudad de México vía Tampa.

Hoy, más de siete décadas después, la apuesta no solo se mantiene: se expande.

Experiencia a bordo

Los vuelos hacia México ofrecen cabinas Business y Economy, cerveza y vino de cortesía, snacks canadienses premium y entretenimiento a bordo sin costo. Además, los socios Aeroplan cuentan con Wi-Fi gratuito de alta velocidad.

Con un aumento de capacidad de doble dígito y una nueva ruta estratégica durante todo el año, Air Canada reafirma que México no es solo un destino estacional en su red: es un mercado prioritario en su crecimiento global.

DATOS DUROS

- 1,700 asientos diarios hacia México en verano 2026
- Para la temporada de verano 2026, Air Canada planea operar 10 vuelos diarios desde sus tres hubs globales hacia cinco destinos mexicanos, lo que equivale a 1,700 asientos diarios en vuelo sencillo.
- Durante la temporada alta de invierno, la aerolínea llega a operar hasta 30 vuelos directos desde ocho ciudades canadienses hacia 11 destinos en México, consolidando su presencia en el país.

FUENTE

<https://pasilloturistico.com/air-canada-aumenta-18-su-capacidad-hacia-mexico-en-verano-y-lanza-nueva-ruta-guadalajara-montreal-todo-el-ano/>

Airbnb dará 750 dólares para atraer a nuevos anfitriones en ciudades sedes del Mundial.

Publicado: el 18 febrero 2026.

Por: Reuters

Airbnb está ofreciendo 750 dólares para atraer a nuevos anfitriones en las 16 ciudades norteamericanas que se preparan para recibir a millones de visitantes con motivo de la Copa Mundial de la FIFA a mediados de 2026.

La plataforma de alquiler de viajes Airbnb está ofreciendo 750 dólares para atraer a nuevos anfitriones en las 16 ciudades norteamericanas que se preparan para recibir a millones de visitantes con motivo de la Copa Mundial de la FIFA a mediados de 2026.

Los nuevos anfitriones de "casas completas" que completen con éxito su primera estancia de huéspedes entre ahora y el 31 de julio podrán optar al pago en virtud del programa, según Airbnb, que lo ha descrito como el mayor incentivo de la empresa para nuevos anfitriones.

La FIFA anunció el mes pasado que había recibido más de 500 millones de solicitudes de entradas para la Copa Mundial de 2026 en 33 días.

La demanda de alojamiento durante la Copa Mundial de la FIFA, que será organizada por Estados Unidos, Canadá y México, se ha disparado. Según la empresa de datos de viajes AirDNA, los precios de los alquileres vacacionales en los días de partido han subido hasta un 50% respecto al año pasado en algunas ciudades anfitrionas.

Airbnb prevé que los anfitriones de las zonas de Nueva York-Nueva Jersey, Boston y Los Ángeles serán los que más ganen durante el torneo, con unos beneficios por anfitrión superiores a los 5,000 dólares en los tres mercados.

Fuera de los tres países anfitriones, la FIFA recibió la mayoría de las solicitudes de entradas de Alemania, Inglaterra, Brasil, España, Portugal, Argentina y Colombia.

La Copa del Mundo podría suponer un impulso muy necesario para la demanda de viajes internacionales a Estados Unidos, que se redujo un 5.4% hasta noviembre de 2025, según la Oficina Nacional de Viajes y Turismo de Estados Unidos.



DATOS DUROS

- La plataforma de alquiler de viajes Airbnb está ofreciendo 750 dólares para atraer a nuevos anfitriones en las 16 ciudades norteamericanas que se preparan para recibir a millones de visitantes con motivo de la Copa Mundial de la FIFA a mediados de 2026.
- La FIFA anunció el mes pasado que había recibido más de 500 millones de solicitudes de entradas para la Copa Mundial de 2026 en 33 días.
- Según la empresa de datos de viajes AirDNA, los precios de los alquileres vacacionales en los días de partido han subido hasta un 50% respecto al año pasado en algunas ciudades anfitrionas.
- La Copa del Mundo podría suponer un impulso muy necesario para la demanda de viajes internacionales a Estados Unidos, que se redujo un 5.4% hasta noviembre de 2025, según la Oficina Nacional de Viajes y Turismo de Estados Unidos.

FUENTE

<https://www.eleconomista.com.mx/deportes/airbnb-dara-750-dolares-atraer-nuevos-anfitriones-ciudades-sedes-mundial-20260218-800424.html>



Entre dragones y verbenas arranca el Año Nuevo Chino.

Publicado: el 18 febrero 2026.

Con tambores, algunas danzas y cientos de visitantes, este martes 17 de febrero iniciaron de manera formal los festejos, como lo marca oficialmente el calendario lunar, del Año Nuevo Chino que este año hace un tributo al Caballo de Fuego.

La calle de Dolores, así como sus alrededores, en la colonia Centro, vibraron con este festejo, el cual cobra más fuerza entre los capitalinos y los visitantes en cada edición que se realiza, los buscan acabar con la mala suerte y encontrar la bonanza con los rituales de la cultura oriental.

Desde muy temprano las personas llegaron al Barrio Chino para ver los festejos del Año del Caballo de Fuego que simboliza la libertad, el movimiento y la independencia.

El Año Nuevo Chino, en la Ciudad de México ya forma parte de unas de las expresiones más arraigadas y consideradas por las y los capitalinos como un espacio para realizar actividades y conocer más acerca de las tradiciones orientales, señalan algunos de sus organizadores.

Cabe señalar, que los festejos en 2026 coinciden con el 54 aniversario del establecimiento de relaciones diplomáticas entre México y China, señaló su embajador en este país, Chen Daojiang.

El diplomático subrayó, en un mensaje en redes sociales, que esta celebración se ha convertido en un símbolo del intercambio cultural y la cooperación entre ambas naciones.

En esta edición, conforme al ciclo oriental, corresponde al Año del Caballo, un signo asociado con energía, transformación, dinamismo y progreso, valores que también forman parte del espíritu de esta celebración que se extiende a distintos países del mundo.

Los comerciantes de la zona aseguraron que la celebración no solo refuerza los lazos bilaterales entre México y China, sino que permite a los capitalinos disfrutar de un espectáculo cultural del país oriental.

FUENTE

<https://24-horas.mx/cdmx/entre-dragones-y-verbenas-arranca-el-ano-nuevo-chino/>

La industria de eventos hacia 2026: del espectáculo logístico a la Economía del Significado.

Publicado: el 18 febrero 2026.

Capital Meetings 2026 convoca a líderes y profesionales del Event & Experiential Marketing el 18 y 19 de marzo en el WTC CDMX.

La industria global de eventos y del experiential marketing atraviesa un punto de inflexión definitivo. Lo que durante años se midió por su espectacularidad, despliegue técnico y ejecución logística, hoy se redefine bajo un nuevo estándar: la capacidad de generar resultados de negocio medibles y conexiones humanas profundas.

En este contexto, Capital Meetings 2026, en colaboración con Factor Meetings, presentará las claves que marcarán el diseño estratégico de eventos hacia el cierre de la década, durante su próxima edición los días 18 y 19 de marzo en el World Trade Center Ciudad de México.

Un cambio de paradigma: diseñar, no improvisar

El panorama hacia 2026 no es de continuidad, sino de rediseño estructural. De acuerdo con el informe de tendencias presentado por Capital Meetings —con base en reportes internacionales y análisis sectoriales—, el sector mantiene optimismo, pero enfrenta una vigilancia presupuestaria más estricta. La era de los eventos genéricos ha terminado: las marcas ya no compiten solo por atención, sino por relevancia estratégica.

Verenize Domínguez, CEO de Factor Meetings, sostiene que el punto de partida es la visión de negocio: “En 2026, los eventos deben dejar de verse como un ejercicio de logística para entenderse como una herramienta de formación y venta. El éxito no se mide únicamente por lo que sucede en el escenario, sino por la capacidad de generar contenido que perdure y por cómo entrenamos a los equipos para que cada interacción se convierta en una relación comercial de largo plazo”.

La Economía del Significado: del ROI al ROE

Uno de los conceptos más disruptivos que marcarán los próximos años es la migración hacia la llamada “Economía del Significado”. La saturación de estímulos digitales ha elevado la exigencia del asistente, quien ahora cuestiona el propósito antes de confirmar su participación.

Sergio Ramírez, CEO de Demiurgo, lo resume así: “La economía de la atención está agotada. Hoy el asistente no pregunta qué va a ver, sino por qué existe ese evento y cómo dialoga con su identidad. Nuestra labor es aplicar creatividad con sentido para transformar el gasto en un activo simbólico que defina cultura y genere resonancia real”.

Entre las tendencias clave para 2026 y 2027 destacan la hiperpersonalización basada en data emocional; la eficiencia estratégica ante costos crecientes; el



evento como fábrica de contenido digital que extiende su valor más allá de la fecha; y la integración de criterios ESG como requisito competitivo en la elección de destinos y proveedores.

David Hidalgo, CEO de Capital Meetings, subraya que la relevancia ha superado a la tecnología: “Un evento puede tener la mejor producción, pero si no construye comunidad y sentido de pertenencia, es irrelevante. El futuro pertenece a las experiencias que desafían lo tradicional y conectan con la conciencia del asistente”.

El hilo conductor es claro: la industria debe evolucionar del ROI (Return on Investment) al ROE (Return on Experience). Más que proveedores, los organizadores están llamados a convertirse en socios estratégicos capaces de diseñar sistemas simbólicos que transformen percepciones y orienten decisiones de compra. En esa transición se jugará la competitividad del sector en los próximos años.

FUENTE

<https://www.elfinanciero.com.mx/mundo-empresa/2026/02/18/la-industria-de-eventos-hacia-2026-del-espectaculo-logistico-a-la-economia-del-significado/>



México calienta motores: los rivales que enfrentará antes del Mundial 2026.

Publicado: el 17 febrero 2026.

Por: Fernando Luviano

La Selección Mexicana ya tiene definidos a sus últimos rivales de preparación rumbo al Mundial de 2026, en una serie de partidos que servirán para afinar detalles antes de su debut el 11 de junio.

¿Contra quién jugará México en mayo y junio antes del Mundial?

El equipo dirigido por Javier Aguirre enfrentará a Ghana el 22 de mayo en territorio mexicano, en un duelo que pondrá a prueba al Tricolor ante el estilo físico y veloz del fútbol africano.

Como parte de su gira final, el Tri viajará a Estados Unidos para medirse a Australia el 30 de mayo en el Rose Bowl de Pasadena, un rival mundialista que representa un desafío táctico distinto.

El cierre de la preparación será el 4 de junio ante Serbia, en un partido que se disputaría en México y que dejará una semana de margen antes del inicio de la Copa del Mundo.

¿Qué otros partidos ha jugado el Tri en su preparación?

Antes de esta última etapa, la Selección también programó encuentros ante Panamá, Bolivia e Islandia, además de choques de alto nivel frente a Portugal y Bélgica durante la Fecha FIFA de marzo.

Con este calendario, el combinado nacional busca llegar con ritmo competitivo y variedad de pruebas ante rivales de diferentes confederaciones, en un proceso que incluye más de cinco semanas de concentración previa al Mundial.

FUENTE

<https://www.cronica.com.mx/deportes/2026/02/17/mexico-calienta-motores-los-rivales-que-enfrentara-antes-del-mundial-2026/>



Asiste secretaria de Turismo, Josefina Rodríguez Zamora, a la apertura de 12 nuevas rutas aéreas en Puebla.

Publicado: el 17 febrero 2026.

Comunicado 32/2026.- La secretaria de Turismo del Gobierno de México, Josefina Rodríguez Zamora, asistió al anuncio de la apertura de 12 nuevas rutas aéreas —9 nacionales y 3 internacionales— en Puebla.

- La titular de Sectur presenció el anuncio de la apertura de 12 nuevas rutas aéreas: 9 nacionales y 3 internacionales, que consolidan a Puebla como un nodo estratégico de conectividad en el centro del país.
- El gobernador del estado, Alejandro Armenta Mier, destacó que la ampliación de la conectividad aérea impulsa el desarrollo económico, turístico y productivo de la entidad.
- Asimismo, se informó que, como resultado de las negociaciones sostenidas entre los estados y las aerolíneas en Fitur 2026, se concretaron 23 rutas adicionales en distintas entidades del país, para alcanzar un total de 35 nuevas conexiones que fortalecen la red aérea nacional.

La secretaria de Turismo del Gobierno de México, Josefina Rodríguez Zamora, asistió al anuncio de la apertura de 12 nuevas rutas aéreas —9 nacionales y 3 internacionales— en Puebla, que posicionan al estado como uno de los principales polos de conectividad del centro del país y refuerzan su papel estratégico rumbo a 2026.

“Puebla está dando un paso firme hacia una nueva etapa de expansión. La apertura de estas rutas significa más visitantes, más inversión, más empleos y mayores oportunidades para las familias poblanas. No se trata únicamente de sumar vuelos, sino de consolidar al estado como una puerta de entrada estratégica a México, conectada con los principales mercados emisores y lista para recibir al mundo en 2026”, afirmó Rodríguez Zamora.

En el evento, encabezado también por el gobernador de Puebla, Alejandro Armenta Mier, se destacó que la apertura de 12 nuevas rutas aéreas, así como el primer embarque de productos poblanos desde el aeropuerto estatal, forman parte de una visión de desarrollo integral orientada a posicionar a la entidad como un punto estratégico de conexión económica, comercial y social, particularmente en el contexto del Mundial y ante el fortalecimiento de la relación con las comunidades migrantes en Estados Unidos.

“Nosotros también pensamos en grande junto con nuestra Presidenta de la República y estamos convencidos de que, con estos vuelos, Puebla se convierte —de cara al Mundial, pero también ante una nueva realidad económica en la región— en un punto de conexión que nos permite acercarnos a nuestros hermanos migrantes”, destacó.

Las nuevas conexiones permitirán enlazar a Puebla con destinos nacionales estratégicos como Aguascalientes, Guanajuato, San Luis Potosí, Tuxtla



Gutiérrez, Villahermosa, Huatulco, Puerto Vallarta, San José del Cabo y Zihuatanejo.

Las rutas internacionales conectarán al estado con Los Ángeles, Houston y Newark, fortaleciendo la vinculación con mercados clave de Estados Unidos y con las comunidades migrantes. Esta expansión incrementa la capacidad operativa del estado y amplía su proyección turística y comercial.

La secretaria de Turismo subrayó que la conectividad aérea es un habilitador directo del desarrollo turístico con Prosperidad Compartida, ya que impacta de forma transversal a la cadena de valor: transporte, hospedaje, alimentos y bebidas, servicios turísticos y comercio local.

Asimismo, informó que, como parte de las negociaciones sostenidas entre gobiernos estatales y aerolíneas durante la Feria Internacional de Turismo (Fitur) 2026, se concretó la apertura de 23 rutas adicionales en otras entidades del país, complementando así un total de 35 nuevas conexiones que fortalecen la red aérea nacional.

En línea con la visión de la Presidenta Claudia Sheinbaum Pardo de consolidar al turismo como motor de desarrollo incluyente, estas acciones permiten integrar más regiones al crecimiento del sector y preparar al país para la Copa Mundial de fútbol 2026, facilitando el desplazamiento entre sedes y promoviendo que los visitantes descubran la diversidad cultural, histórica y natural de México.

Con este anuncio realizado en el Aeropuerto Internacional Hermanos Serdán, el Gobierno de México y el Gobierno del Estado de Puebla refrendan su compromiso de fortalecer la infraestructura estratégica y consolidar a la entidad como un eje de conectividad nacional e internacional.

En el evento estuvieron presentes el CEO y director general de Volaris, Enrique Beltranena; el coordinador de Gabinete del Estado de Puebla, José Luis García Parra; la secretaria de Desarrollo Turístico, Carla López-Malo Villalón; el administrador del Aeropuerto Internacional Hermanos Serdán, Nicolás Bonifacio Trujillo Ayllón; el secretario de Desarrollo Económico y Trabajo, Víctor Gabriel Chedraui; la gerente de Desarrollo de Mercados de Volaris, Nanci Aidé Galaviz; el secretario de Gobernación, Samuel Aguilar Pala y el subdirector general de Aeropuertos del Grupo Mundo Maya, David Sandoval Martínez.

DATOS DUROS

- La secretaria de Turismo del Gobierno de México, Josefina Rodríguez Zamora, asistió al anuncio de la apertura de 12 nuevas rutas aéreas —9 nacionales y 3 internacionales— en Puebla.
- Se concretaron 23 rutas adicionales en distintas entidades del país, para alcanzar un total de 35 nuevas conexiones que fortalecen la red aérea nacional.
- Durante la Feria Internacional de Turismo (Fitur) 2026, se concretó la apertura de 23 rutas adicionales en otras entidades del país,



complementando así un total de 35 nuevas conexiones que fortalecen la red aérea nacional.

FUENTE

<https://www.gob.mx/sectur/articulos/asiste-secretaria-de-turismo-josefina-rodriguez-zamora-a-la-apertura-de-12-nuevas-rutas-aereas-en-puebla?idiom=es>

Sectur presenta la nueva versión de DataTur con mejoras estratégicas en navegación, análisis y accesibilidad.

Publicado: el 17 febrero 2026.

Comunicado 033/2026.- La secretaria de Turismo del Gobierno de México, Josefina Rodríguez Zamora, anunció el lanzamiento de la nueva versión de DataTur, plataforma oficial de información estadística del sector turístico.

A graphic for the DataTur platform update. It features a dark blue background with a glowing bar chart and a hand holding a tablet. The text 'DataTur se transforma' is at the top in large yellow and white letters. Below it, a red banner says 'Más clara, más ágil, más accesible.' The main text reads 'La plataforma oficial de información turística de México se moderniza.' Below this are four bullet points with green checkmarks: 'Nueva identidad visual', 'Diseño interactivo', 'Tableros dinámicos', and '100% responsiva'. A red button says 'Consúltala:' followed by the URL 'https://datatur.sectur.gob.mx/'. At the bottom are the logos for 'Turismo' and 'México'.

- La secretaria de Turismo del Gobierno de México, Josefina Rodríguez Zamora, anunció el lanzamiento de la nueva versión de DataTur, plataforma estratégica del sector turístico que puede consultarse en <https://datatur.sectur.gob.mx/>
- La actualización incluyó una nueva arquitectura de información, diseño visual moderno con tarjetas interactivas, incorporación de un Resumen Ejecutivo Visual y tableros dinámicos vinculados a fuentes oficiales, así como la estandarización de contenidos y formatos en todas las secciones.



- La plataforma ahora es completamente responsiva y compatible con computadoras, celulares y tabletas, e integra herramientas de accesibilidad para personas con debilidad visual, consolidando a DataTur como un sistema más eficiente, inclusivo y alineado con las mejores prácticas digitales.

La secretaria de Turismo del Gobierno de México, Josefina Rodríguez Zamora, anunció el lanzamiento de la nueva versión de DataTur, plataforma oficial de información estadística del sector turístico, que fue fortalecida con seis mejoras estratégicas orientadas a optimizar la navegación, el análisis de datos, la accesibilidad y el funcionamiento general del portal.

“DataTur es una herramienta fundamental para la toma de decisiones en el sector turístico; hoy la modernizamos para que sea más clara, ágil y útil para todas y todos, con esta actualización damos un paso firme hacia una gestión pública basada en datos, con información oportuna, confiable y al alcance de cualquier persona”, comentó.

Las mejoras implementadas pueden consultarse en <https://datatur.sectur.gob.mx/>, entre las que destacan la reclasificación de la arquitectura de información para facilitar la localización de contenidos; una nueva identidad visual con diseño moderno, banners dinámicos y tarjetas interactivas que destacan los principales indicadores mensuales; la incorporación de un Resumen Ejecutivo Visual y de tableros dinámicos vinculados automáticamente a fuentes oficiales; la estandarización de contenidos y formatos en todas las secciones; la integración de herramientas de accesibilidad para personas con debilidad visual; y la actualización integral del sistema, que ahora permite un funcionamiento completamente responsivo y compatible con computadoras, teléfonos celulares y tabletas.

La modernización de DataTur se enmarca en la visión de la Presidenta Claudia Sheinbaum Pardo de consolidar un gobierno digital, transparente e innovador, que fortalezca las políticas públicas mediante el uso estratégico de la información y la tecnología para impulsar el desarrollo económico y turístico del país.

Entre las mejoras implementadas destacan:

- Reclasificación de la arquitectura de información, que organiza los contenidos de manera lógica y facilita la localización ágil de datos.
- Nueva identidad visual, con diseño moderno e interactivo, incorporación de banners dinámicos y tarjetas que resaltan los principales indicadores mensuales.
- Integración de un Resumen Ejecutivo Visual y tableros dinámicos (dashboards) vinculados automáticamente a fuentes oficiales, lo que permite un análisis más eficiente y actualizado.
- Estandarización de contenidos y formatos, asegurando que todas las secciones mantengan una estructura homogénea con tableros, infografías y opciones de descarga en el mismo orden.
- Incorporación de herramientas de accesibilidad, que facilitan la consulta a personas con debilidad visual.



- Actualización integral del sistema operativo, que convierte a la plataforma en un portal completamente responsivo y compatible con computadoras, celulares y tabletas.

Con esta actualización, la Secretaría de Turismo reafirma su compromiso con la transparencia, la innovación tecnológica y el fortalecimiento de la política pública basada en datos, al poner a disposición del sector una plataforma más robusta y alineada con las mejores prácticas digitales.

La nueva versión de DataTur ya se encuentra disponible para consulta pública y consolida a México como referente en la generación y difusión de información turística estratégica.

FUENTE

<https://www.gob.mx/sectur/articulos/sectur-presenta-la-nueva-version-de-datatur-con-mejoras-estrategicas-en-navegacion-analisis-y-accesibilidad?idiom=es>

Tres retos de Mexicana: AIFA como hub, rutas productivas y flota.

Publicado: el 17 febrero 2026.

Pablo CasasLías, director del Instituto Nacional de Investigaciones Jurídico-Aeronáuticas (INIJA), señaló que Mexicana de Aviación enfrenta tres retos. El primero, poder liberarse del “lastre que implica estar basada en AIFA (Aeropuerto Internacional Felipe Ángeles), carente de conectividad aérea y terrestre”.

El segundo reto será el diseño de rutas y frecuencias productivas, además de determinar “un nicho de pasajero real”. Así mismo, su tercer reto será rediseñarse como aerolínea regional con una flota de aviones “que sirvan para ese efecto y disminuyan el costo de operación”, mencionó CasasLías.

Agregó que, según el “Programa Institucional 2025-2030”, la aerolínea estatal proyecta para el 2030 mover “millones de pasajeros”, sin especificar la cantidad, aunque para 2050 prevé transportar 2 millones 630 mil 483 pasajeros, “además de que para ese año será una de las aerolíneas líderes de México y una de las mejores de América Latina, por lo que será reconocida, entre otras cosas, por su impulso a la conectividad y movilidad aérea en beneficio de México”, menciona el programa.

“No hace referencia al cambio de base (AIFA), al rediseño de la aerolínea a regional y cambio de equipos eficientes y de costo operativo bajo. Tampoco hay referencia alguna a la autosuficiencia económica y dependencia vitalicia del Presupuesto de Egresos de la Federación. Mucho menos al cambio de dirección militar a civil especializada”, apuntó el reporte del INIJA.

A diciembre de 2025, y tras dos años de existencia, de acuerdo con la Agencia Federal de Aviación Civil (AFAC), ha transportado 732 mil 502 pasajeros. No obstante, manifestó CasasLías que toda la información sobre la aerolínea está reservada por la Secretaría de la Defensa Nacional (Sedena) al considerarla de seguridad nacional; se ha podido determinar que se ha adjudicado en la aerolínea, al menos, 251 millones 497 mil pesos (unos 14 millones de dólares). Detalló que cada pasajero ha costado a los mexicanos 343.34 pesos (unos 20 dólares).

Como lo informó *REPORTUR.mx*, pese a que Mexicana de Aviación aumentó su participación en el mercado nacional 0.7% en 2025, cuando en 2024 fue de 0.5%, no alcanzó la meta de los 451.000 clientes proyectados. (Mexicana incumple meta de cifra de pasajeros y apenas sube cuota).

Aunque no logró alcanzar la meta del Programa Institucional 2025-2030, para este año se prevé llegar al millón de clientes, aunque en 2025 transportó 434.299 pasajeros, atendiendo 14.6% más que durante el año pasado.

DATOS DUROS

- Para 2050 prevé transportar 2 millones 630 mil 483 pasajeros, “además de que para ese año será una de las aerolíneas líderes de México y una



de las mejores de América Latina, por lo que será reconocida, entre otras cosas, por su impulso a la conectividad y movilidad aérea en beneficio de México”.

- A diciembre de 2025, y tras dos años de existencia, de acuerdo con la Agencia Federal de Aviación Civil (AFAC), ha transportado 732 mil 502 pasajeros.
- Se ha podido determinar que se ha adjudicado en la aerolínea, al menos, 251 millones 497 mil pesos (unos 14 millones de dólares).
- Detalló que cada pasajero ha costado a los mexicanos 343.34 pesos (unos 20 dólares).
- Mexicana de Aviación aumentó su participación en el mercado nacional 0.7% en 2025, cuando en 2024 fue de 0.5%, no alcanzó la meta de los 451.000 clientes proyectados.

FUENTE

<https://www.reportur.com/aerolineas/2026/02/17/tres-retos-de-mexicana-aifa-como-hub-rutas-productivas-y-flota/>

Rumbo al Mundial 2026, Morena propone regular guías de turistas en CDMX.

Publicado: el 17 febrero 2026.

Por: Rodrigo Cerezo

De cara al Mundial de Futbol 2026, el diputado local de Morena, Víctor Hugo Lobo propuso regular a guías de turistas que ofrecen recorridos en la Ciudad de México.

En tribuna, el legislador morenista explicó que en los últimos años surgió una modalidad turística conocida como “*free tours*”, que consiste en recorridos turísticos de remuneración voluntaria, contratados a través de plataformas digitales.

Señaló que, aunque esta modalidad forma parte de una nueva economía turística global, cualquier persona puede ofrecer un recorrido turístico sin acreditar conocimientos, sin registro y sin obligaciones definidas frente a la autoridad, lo que genera incertidumbre para el visitante.

Añadió que, en zonas de alto valor histórico y cultural, la presencia constante de grupos turísticos requiere planeación y coordinación institucional.

“En nuestra Ciudad existen guías certificados que han invertido tiempo y recursos en su formación, que cumplen con diversas obligaciones y se apegan a la normatividad vigente, por eso es importante que los nuevos modelos turísticos se integren de manera ordenada al marco legal, para que operen bajo reglas claras y en un entorno de transparencia transparente”, indicó.

Por ello, planteó la creación de un padrón de guías de turistas, agregar el servicio turístico ‘libre de tarifa de pago’ al padrón de plataformas tecnológicas, establecer un programa de certificación obligatoria en historia, cultura, seguridad y Protección Civil y exigir que los guías se identifiquen portando credencial visible y vigente.

FUENTE

<https://24-horas.mx/cdmx/rumbo-al-mundial-2026-morena-propone-regular-guias-de-turistas-en-cdmx/>



Alejandra Frausto destaca avances en el Estadio Banorte rumbo al Mundial 2026.

Publicado: el 17 febrero 2026.

La secretaria de Turismo de la Ciudad de México, Alejandra Frausto, informó sobre una visita de supervisión al Estadio Banorte, como parte de los trabajos de preparación para uno de los eventos deportivos más importantes a nivel mundial. La jornada se realizó en coordinación con autoridades federales y locales, en el marco del proceso rumbo a la Copa Mundial de la FIFA 2026.

Durante el recorrido, Frausto estuvo acompañada por Emilia Calleja Alor, directora general de la Comisión Federal de Electricidad, así como por responsables de protección civil y representantes del recinto. El objetivo principal fue revisar de manera puntual la infraestructura eléctrica, las condiciones de seguridad y la capacidad operativa del estadio.

De acuerdo con lo compartido por la funcionaria, los trabajos avanzan de forma coordinada y con altos estándares técnicos. La supervisión busca garantizar que el inmueble cuente con las condiciones necesarias para recibir a miles de asistentes nacionales e internacionales, consolidando a la capital como una sede confiable y preparada para eventos de gran escala.

Finalmente, Alejandra Frausto subrayó que la Ciudad de México se alista con responsabilidad y compromiso para recibir al mundo en 2026. Además, destacó el buen estado y la imagen renovada del estadio, el cual —aseguró— “está quedando espectacular”, reflejando el esfuerzo institucional por proyectar a la capital como la “Capital de la Transformación” en el ámbito deportivo y turístico.

FUENTE

<https://www.lja.mx/2026/02/alejandra-frausto-destaca-avances-en-el-estadio-banorte-rumbo-al-mundial-2026/>

Senado avala emisión de tres monedas conmemorativas del Mundial 2026.

Publicado: el 17 febrero 2026.

Por: Liliana Padilla y Silvia Arellano

La emisión de las monedas correrá a cargo del Banco de México.

El pleno del Senado avaló la emisión de tres monedas conmemorativas de la Copa Mundial de la FIFA 2026.

Con el voto unánime de los 94 senadores de todas las bancadas presentes en la sesión, se avaló el dictamen con el proyecto de decreto para que el Banco de México realice la emisión de las tres monedas conmemorativas.

El senador morenista Homero Davis de la comisión de Hacienda y Crédito Público destacó en la presentación del dictamen que se conjuga historia, identidad nacional, proyección internacional y responsabilidad institucional porque México será nuevamente sede de una Copa Mundial, lo que no es cosa menor. Por ello, refirió que México se coloca en posición estratégica y representa una oportunidad única para mostrar la cultura, hospitalidad y capacidad organizativa.

La emisión de las monedas correrá a cargo del Banco de México. La primera es una moneda de oro puro, con un valor nominal de 25 pesos, de forma circular, con un diámetro de 23 milímetros. La segunda será de plata pura, circular, con un valor de diez pesos y con un diámetro de 40 milímetros.

La tercera, es una moneda bimetálica, de forma dodecagonal, con un valor de 20 pesos, con un diámetro de 30 milímetros y estará constituida por dos aleaciones, una para su parte central y otra para su anillo perimétrico.

Las tres monedas tendrán al anverso, en el centro, el Escudo Nacional en relieve escultórico, con la leyenda “Estados Unidos Mexicanos” formando el semicírculo superior y un marco liso.

Mientras que, en el reverso, el diseño será el que determine el Banco de México, pero debe relacionarse con la Copa Mundial de la FIFA 2026, organizada por México-Estados Unidos-Canadá, e incluirá la denominación de “\$25”, para la primera moneda, para la segunda la denominación “\$10” y para la tercera “\$20”. Las tres monedas tendrán la ceca de la Casa de Moneda de México “Mo”.

FUENTE

<https://www.milenio.com/futbol-internacional/mundial/senado-avala-emision-de-tres-monedas-conmemorativas-del-mundial-2026>

La nueva promoción turística de México, que incluye récords Guinness, está lista: Sectur.

Publicado: el 16 febrero 2026.

Por: Alejandro de la Rosa

La campaña "México está de moda" será puesta en marcha en total coordinación con todas las entidades federativas.

Nueva era de promoción turística. La secretaria de Turismo, Josefina Rodríguez, informó que en los siguientes días, y con motivo del Mundial de fútbol, lanzará una campaña bajo el concepto México está de moda, la cual se acompañará en los mercados internacionales con la frase México is a feeling (en ambos casos se hará en total coordinación con todas las entidades federativas).

Además de participar en ferias internacionales, realizar siete caravanas de promoción en Estados Unidos y Canadá junto con el sector privado, este año se realizarán tres récords Guinness que ayudarán al posicionamiento de los atractivos mexicanos que costarán 750,000 pesos cada uno y serán pagados por la dependencia.

Lo anterior, sin que a la fecha la secretaría cuente con recursos adicionales para tareas de promoción turística.

“Vamos a ir a una mañanera y les voy a mostrar el nuevo video 2026. Está impresionante, muestra con nombre y apellido a las 32 entidades federativas... Como han visto, estamos elaborando el catálogo en donde vamos a tener la promoción junto con los estados. Cada estado viene a reuniones con nosotros. Queremos homologar la promoción turística en el sentido de que dupliquemos esfuerzos a los mismos mercados”, explicó.

Por lo pronto, adelantó que la próxima semana estará en Colombia en la Vitrina Turística ANATO, donde México tendrá un pabellón relevante y el Caribe Mexicano, promovido por el Consejo de Promoción Turística de Quintana Roo (CPTQ), es el destino internacional invitado.

Y semanas después también participará en una feria internacional en Brasil, país con el que recientemente inició un nuevo trámite de visas electrónicas para facilitar los viajes a México.

En conferencia de prensa dijo que buscan retomar el mercado brasileño por el impacto que tienen en la región del Mundo Maya, que las caravanas a Norteamérica iniciarán en septiembre y culminarán en septiembre (eventualmente asistirá a alguna).

Adicionalmente, en el mercado internacional se alistan campañas en medios estratégicos en EU para difundir los atractivos mexicanos.

***Tres récords en el 2026**



En relación a los récords Guinness, Josefina Rodríguez detalló que el primer de este año será en Chiapas, en un estadio de fútbol donde se buscará que se reúnan más de 4,000 personas para formar la imagen de una camiseta en donde se podrá leer: México está de moda (el récord actual lo tiene Argentina con 3,929 personas).

Dicha acción, detalló, se enmarca en las acciones estratégicas del gobierno federal 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.

Los siguientes récords serán el de la clase de fútbol más grande en la Ciudad de México y el mural más grande que realizará en un destino a definir próximamente en Baja California Sur.

DATOS DUROS

- Además de participar en ferias internacionales, realizar siete caravanas de promoción en Estados Unidos y Canadá junto con el sector privado, este año se realizarán tres récords Guinness que ayudarán al posicionamiento de los atractivos mexicanos que costarán 750,000 pesos cada uno y serán pagados por la dependencia.

FUENTE

<https://www.eleconomista.com.mx/empresas/nueva-promocion-turistica-mexico-incluye-records-guinness-lista-sectur-20260216-800198.html>

¿Cuándo es y quiénes estarán en la FIL del Palacio de Minería 2026?

Publicado: el 16 febrero 2026.

Por: Néstor Ramírez

La edición 47 de la Feria Internacional del Libro (FIL) del Palacio de Minería llega este 2026 con gratas sorpresas. Se trata de uno de los eventos literarios más grandes de la CDMX, así como uno de los más longevos del país. Madre de otros eventos literarios, sentó las bases de la industria editorial como la conocemos hoy.

Gracias a sus exponentes, así como el apoyo de la Facultad de Ingeniería de la Universidad Nacional Autónoma de México (UNAM), es un evento clásico en la agenda cultural del país. Este año se llevará a cabo en los últimos días de febrero con un amplio programa para jóvenes y maduros lectores.

¿Cuándo es y quiénes estarán en la FIL del Palacio de Minería 2026?

Sonora es el estado invitado de esta edición que tendrá un parteaguas en su historia, pues luego de 25 años ya no contará con la dirección de Fernando Macotela. Por décadas el experto hizo crecer el evento que ahora contará con Mercedes Alvarado Miranda como nueva directora, quien apostará por la bibliodiversidad, el fortalecimiento de la oferta cultural y la digitalización.

La FIL del Palacio de Minería 2026 se llevará a cabo del 20 de febrero al 01 de marzo de 2026 en el icónico Palacio de Minería de la UNAM. Para esta edición contará con un programa integrado por mil doscientas actividades culturales. Entre ellas habrá ciclos de lectura, conciertos y más de 70 talleres. Algunos de los escritores que participarán en esta edición son:

- Carlos Moncada Ochoa
- Fernanda Ballesteros
- Sylvia Aguilar Zéleny
- Alfonso López Corral
- Emilia Buitimea
- Daniel Serrano
- Selene Carolina Ramírez
- Leonardo Lomelí Vanegas
- An Hoang Nga
- Jorge David Cortés Moreno
- Xavier Velasco
- Elsa Cross
- Felipe Fernando Macías Olvera
- José Gordon
- Omar Bravo
- Freddy Ortega
- Andrés Cota Hiriart
- Morras Malditas
- Martín Solares
- María del Pilar Morales Favela



¿Cuánto cuesta la entrada?

El boleto de entrada a la FIL del Palacio de Minería 2026 tendrá un costo de 20 pesos de lunes a viernes y de 25 pesos los sábados y domingos. Gracias a que contará con más de 500 expositores encontrarás todo tipo de libros, desde clásicos y de filosofía hasta niños y jóvenes, abordando diferentes temáticas.

La entrada gratuita a niños menores de 6 años y a personas con discapacidad. El horario de la feria es de 11:00 a 21:00 horas de lunes a viernes; los sábados y domingos de 10:00 a 21:00 horas.

FUENTE

<https://mundoexecutivocdmx.com/turismo/cuando-es-y-quienes-estaran-en-la-fil-del-palacio-de-mineria-2026/>

CFE e ICA supervisan infraestructura eléctrica del Estadio Ciudad de México para el Mundial 2026.

Publicado: el 16 febrero 2026.

Por: Santiago Hernández

La directora de la CFE, Emilia Calleja Alor, encabezó una visita técnica para garantizar la confiabilidad del suministro eléctrico durante el torneo. La inspección incluyó circuitos subterráneos y aéreos de emergencia, así como acciones de mantenimiento preventivo.

Como parte del cierre de la gira de trabajo por las sedes mexicanas de la Copa Mundial de la FIFA 2026, autoridades federales y locales realizaron una inspección técnica en el Estadio Ciudad de México. El objetivo principal fue supervisar la infraestructura estratégica que asegurará la continuidad del servicio eléctrico para residentes y visitantes durante el certamen internacional.

La comitiva estuvo encabezada por la Directora General de la Comisión Federal de Electricidad (CFE), Emilia Calleja Alor, junto a la Directora General de ICA, Guadalupe Phillips Margain, y representantes del Gobierno de la Ciudad de México.

Refuerzo del suministro y circuitos de emergencia

Durante el recorrido, los especialistas revisaron las condiciones operativas de diversos componentes críticos que permitirán atender escenarios de alta demanda:

- Circuitos de respaldo: Se inspeccionaron los circuitos principal y emergente subterráneos, además de un segundo circuito emergente aéreo para operación continua.
- Equipamiento técnico: Se verificó el estado del seccionador y la subestación eléctrica que alimentará la sede mundialista.
- Mantenimiento: Se dio seguimiento a las acciones predictivas y preventivas instruidas por el Grupo de Seguimiento al Mundial 2026, bajo la coordinación de la Secretaría de Energía.

Calleja Alor destacó la eficiencia del personal electricista y subrayó que estas obras no solo sirven al evento deportivo, sino que representan un beneficio permanente para los servicios domésticos, comerciales e industriales de la zona.

Conclusión de la gira nacional

Con esta visita técnica en la capital, la CFE concluye su recorrido por las sedes de Jalisco, Nuevo León y Ciudad de México. Las autoridades reafirmaron el compromiso de mantener una coordinación permanente para garantizar capacidad de respuesta y seguridad operativa en todas las instalaciones donde se desarrollará el torneo.



En el evento estuvieron presentes Alejandra Frausto Guerrero, Secretaria de Turismo local; Myriam Urzúa Venegas, Secretaria de Gestión Integral de Riesgos y Protección Civil; así como directivos de operación, ingeniería y distribución de la CFE.

FUENTE

<https://mvsnoticias.com/nacional/2026/2/16/cfe-ica-supervisan-infraestructura-electrica-del-estadio-ciudad-de-mexico-para-el-mundial-2026-730762.html>



Cada Récord Guinness rumbo al Mundial costará 750 mil pesos; Chiapas hará camiseta más grande del mundo.

Publicado: el 16 febrero 2026.

Por: Ángeles García

Cada Récord Guinness rumbo al Mundial 2026 tendrá un costo de 750 mil pesos, monto que será cubierto por la Secretaría de Turismo federal, mientras que los estados participantes aportarán logística y operación, informaron autoridades durante conferencia de la Secretaría de Turismo sobre los Récords Guinness 2026.

“En el tema del costo, la Secretaría de Turismo paga los récords Guinness. Los estados nos ayudan con la logística y la operación. El costo de cada récord es de 750 mil pesos, es 40 por ciento menos de lo que normalmente cuesta, es un convenio que hicimos hace un año y medio”, expuso la secretaria de Turismo, Josefina Rodríguez Zamora.

La funcionaria subrayó que esta estrategia responde a una instrucción presidencial. “La presidenta nos pidió reforzar la promoción turística que va a tener México en 2026”, afirmó, al explicar que los récords forman parte de la estrategia de posicionamiento del país rumbo a la Copa del Mundo.

La camiseta más grande del mundo

El primer intento se realizará el 27 de febrero en Chiapas, donde más de 4 mil personas formarán la imagen humana de la camiseta de fútbol más grande del mundo en el estadio Víctor Manuel Rey, antiguo estadio de los Jaguares de Chiapas; de acuerdo con lo informado, la figura abarcará 600 metros cuadrados.

Ingrid Paola Rodríguez Borja, enlace comercial de Guinness World Records en México, explicó que la dinámica contempla la organización estratégica de los participantes para que, vistos desde el aire, formen la figura de una playera gigante.

Cada persona estará vestida del color correspondiente y ubicada con precisión milimétrica para simular el diseño y dimensiones reales de la camiseta.

Para garantizar el cumplimiento de los lineamientos internacionales, se contará con tres auditorías que estarán contabilizando a las personas participantes.

¿Qué es un Récord Guinness?

Un Récord Guinness es un reconocimiento oficial que posiciona a México internacionalmente y funciona como herramienta estratégica de promoción turística.



Durante la conferencia, Rodríguez Zamora explicó que “es algo que pone a México en el panorama mundial y que permite la participación de muchos estados en distintos sentidos. Es una promoción turística”.

Además de Chiapas, se realizarán otros dos intentos: en la Ciudad de México se buscará la clase de fútbol más grande del mundo, marca que actualmente tiene Seattle; y en Baja California se impulsará el mural más grande del fútbol, cuya sede aún no se define y para el que se prevé una convocatoria dirigida a talento local joven.

DATOS DUROS

- Cada Récord Guinness rumbo al Mundial 2026 tendrá un costo de 750 mil pesos, monto que será cubierto por la Secretaría de Turismo federal.
- El primer intento se realizará el 27 de febrero en Chiapas, donde más de 4 mil personas formarán la imagen humana de la camiseta de fútbol más grande del mundo en el estadio Víctor Manuel Rey.
- De acuerdo con lo informado, la figura abarcará 600 metros cuadrados.

FUENTE

<https://www.milenio.com/negocios/chiapas-rompera-record-guinness-camiseta-grande-mundo>



Hablemos de lo importante que será el turismo y México para 2050.

Publicado: el 15 febrero 2026.

Por: Maria Isabel Forero

El turismo, tal como lo conocemos, cambia constantemente. No se tratará solo de tendencias, lugares o temporadas por descubrir; hablamos de una transformación en la manera en la que exploramos el mundo y nuevas expectativas que definirán el rumbo de este sector.

Para entender la magnitud y oportunidad del desarrollo que tendrá este sector, acerco cifras contundentes. De acuerdo al estudio “Viajeros y destinos NextGen: Nuestra visión sobre la transformación de la industria del turismo”, elaborado Deloitte, se proyecta que para 2040, los viajes internacionales crecerán un 60 por ciento, alcanzando un total de cerca de 2 mil 400 millones de viajes.

Por otro lado, hacia 2050, según el reporte “The Power of Travel: Our Perspective on the Next Golden Era of Travel”, de Alvarez & Marsal, los viajes internacionales podrían llegar a 3 mil 500 millones de salidas, con un gasto global cercano a los 6 billones de dólares.

Estos datos no solo reflejan una evidente oportunidad económica para las marcas, sino también un desafío, centrado en atender a un mercado cada vez más diverso, informado y exigente, donde las expectativas serán distintas según las generaciones, las necesidades serán cada vez más específicas y los públicos demandarán experiencias cada vez más personalizadas.

Por ejemplo, el informe de Alvarez & Marsal identifica tres perfiles clave para 2050. Por un lado, la Silver Economy, que engloba a adultos mayores de 65 años con alto poder adquisitivo y que buscarán estadías más largas y experiencias de mayor valor. Por otro, la Generación Z, que alcanzará su mayor capacidad de gasto hacia ese año y priorizará experiencias digitales y personalizadas. Y finalmente, una creciente clase media global, estimando que casi el 70 por ciento de la población mundial serán viajeros potenciales.

Frente a un panorama tan amplio de públicos objetivos, la Inteligencia Artificial se convertirá en un aliado clave para las empresas del sector, no sólo para optimizar procesos internos, sino para ayudar a comprender a un viajero cada vez más exigente. La capacidad de esta tecnología para analizar grandes volúmenes de datos permitirá anticipar tendencias, ajustar precios, personalizar itinerarios y ofrecer recomendaciones más precisas de acuerdo a los intereses de cada usuario. Incluso facilitará la planeación del viaje y la gestión de reservas, ayudando a los viajeros a encontrar mejores opciones.

Ante esta oportunidad, México ocuparía un papel privilegiado para capitalizar el ‘momentum’ presentado por las consultoras antes mencionadas. De acuerdo con el estudio de Deloitte, se proyecta que el país se posicionará en el 5to puesto del ranking mundial de destinos. Por su parte, el análisis de Álvarez & Marsal estima que para 2050 México se mantendrá entre los destinos turísticos más visitados,



alcanzando también los 90 millones de visitantes internacionales, frente a los 45 millones registrados en 2025.

Considerando esta proyección será fundamental que las empresas del sector comiencen a prepararse, adoptando y probando tecnologías, sacando valor de los datos de sus clientes, implementando capacidades de medición y colaborando con aliados que les permitan desbloquear su potencial de innovación,

El éxito ya no se medirá solo por la cantidad de visitantes en cada país, sino por la forma en la que las marcas puedan conectar con ellos, y la inteligencia artificial será clave para personalizar experiencias, anticipar necesidades y transformar la forma en que cada viajero descubre sus destinos. Así que la verdadera pregunta, ya no es si el turismo cambiará, sino: ¿si tu empresa está lista para ser protagonista de esta nueva era?

FUENTE

<https://www.milenio.com/opinion/maria-isabel-forero/columna-invitada/hablemos-de-lo-importante-que-sera-el-turismo-y-mexico-para-2050>