



PT en Senado pide fortalecer acciones de prevención de trata de personas y turismo sexual durante el Mundial 2026.

Publicado: el 19 febrero 2026.

Por. Silvia Arellano

La iniciativa contempla la prevención, detección, combate y sanción del delito de trata de personas.

Ante la próxima celebración de la Copa Mundial de Fútbol FIFA 2026 en México, Estados Unidos y Canadá, el Grupo Parlamentario del Partido del Trabajo en el Senado propuso fortalecer las acciones de prevención de trata de personas y turismo sexual.

Geovanna Bañuelos, vicecoordinadora del GPPT explicó que el objetivo es establecer la obligación del Estado para la protección de niñas, niños y adolescentes, así como de las víctimas de trata de personas.

Por lo que se establece que en el contexto de la celebración de eventos internacionales masivos en territorio nacional ya sea competencias deportivas internacionales, torneos regionales o cualquier otro evento internacional que implique un incremento significativo de movilidad nacional o extranjera, que las autoridades federales, estatales y municipales deberán implementar medidas reforzadas de prevención, detección, combate y sanción de los delitos previstos en esta Ley.

Al fundamentar una iniciativa que busca adicionar un artículo 106 bis a la Ley General para Prevenir, Sancionar y Erradicar los Delitos en Materia de Trata de Personas y para la Protección y Asistencia a las Víctimas de Estos Delitos y un punto de acuerdo, la senadora por Zacatecas destacó que a cuatro meses del inicio de la justa deportiva, se espera la llegada de miles de visitantes al país.

Por lo que resulta necesario fortalecer la protección de las infancias, adolescencias y de todas las personas susceptibles de ser víctimas de trata; para ello, detalló que su propuesta tiene como objetivo que durante la celebración de eventos internacionales masivos, como el Mundial 2026, las autoridades federales, estatales y municipales implementen medidas reforzadas de prevención, detección, combate y sanción del delito de trata de personas.

“Proponemos adicionar un artículo 106 bis a la Ley General para Prevenir, Sancionar y Erradicar los Delitos en Materia de Trata de Personas y para la Protección y Asistencia a las Víctimas de Estos Delitos, a fin de establecer protocolos interinstitucionales, de actuación y coordinación entre autoridades de seguridad pública, procuración de justicia, migración, turismo, trabajo y protección de niñas, niños y adolescentes”, explicó.



Además, se plantea reforzar la vigilancia en terminales aéreas, marítimas y terrestres, así como en establecimientos de hospedaje, plataformas digitales de alojamiento y transporte.

Así como mecanismos ágiles de denuncia incluyendo líneas telefónicas multilingües y plataformas digitales de atención inmediata, así como realizar operativos focalizados de inspección y verificación en zonas de alta concentración turística o deportiva.

Bañuelos advirtió que el Mundial 2026 no es sólo un campeonato, sino una movilización humana sin precedentes y como tal, la historia reciente de los mega eventos deportivos muestra que junto al entusiasmo se activan economías paralelas que se aprovechan de la vulnerabilidad humana, ante estos eventos.

“Delitos como el turismo sexual no llegan como un fenómeno espontáneo, se instalan cuando hay alta demanda, anonimato, consumo y una percepción de impunidad. Mientras que la trata de personas opera como una red silenciosa que se adapta con rapidez a los grandes flujos turísticos”, señaló.

Las consecuencias de la trata de personas trascienden al ámbito penal y dejan huellas profundas y duraderas en la vida de las víctimas y en el tejido social.

Quienes son víctimas de trata enfrentan violencia física, psicológica y sexual sistemática, pérdida de autonomía, aislamiento social y graves afectaciones a su salud mental y emocional.

Por ello, destacó que el Partido del Trabajo en el Senado hace énfasis en la prevención para evitar que los eventos internacionales masivos, dejen de ser únicamente celebraciones deportivas o culturales y tengan un impacto social negativo.

“La iniciativa que ponemos a su consideración parte de una visión de responsabilidad pública integral. Para el PT no basta con garantizar la seguridad logística o el orden durante los eventos de gran magnitud, es indispensable fortalecer la prevención, detección y sanción de delitos graves que atentan contra la dignidad humana”, aseveró.

En este sentido, dijo, reforzar las obligaciones del Estado es una forma de colocar en el centro a las potenciales víctimas y de afirmar que el desarrollo no puede construirse a costa de la explotación o la violencia.

“México debe de estar preparado para recibir al mundo sin renunciar a su deber de proteger a la población. La ley, en ese sentido, se convierte en una herramienta preventiva y no sólo punitiva, capaz de anticiparse a los riesgos que acompañan a este tipo de eventos”, concluyó.

FUENTE

<https://www.milenio.com/futbol-internacional/mundial/pt-pide-combatir-trata-y-turismo-sexual-previo-mundial-2026>



CONCANACO SERVYTUR fortalece a las Cámaras locales con capacitación anti-extorsión para proteger negocios y empleo.

Publicado: el 19 febrero 2026.

- Con apoyo técnico de la Secretaría de Seguridad y Protección Ciudadana (SSCP), el taller compartió medidas preventivas para reconocer y desactivar modalidades de extorsión directa e indirecta, y actuar con calma para evitar daño económico.
- La Confederación impulsa prevención basada en datos y coordinación institucional: el Observatorio de Incidencias Delictivas suma información útil para decisiones de seguridad y se pone a disposición de la Secretaría.

Como parte de su estrategia integral anti-extorsión, CONCANACO SERVYTUR llevó a cabo una capacitación dirigida a presidentas y presidentes de las Cámaras de Comercio, Servicios y Turismo, con el objetivo de que la representación empresarial cuente con herramientas claras para prevenir, identificar y responder ante intentos de extorsión, sin improvisación y sin caer en la presión del “factor sorpresa”.

El taller —impartido por personal especializado de la Secretaría de Seguridad— abordó la evolución de los métodos de extorsión, particularmente la extorsión indirecta (telefónica, WhatsApp, SMS y redes) y los mecanismos de intimidación que hoy se alimentan de fuentes abiertas, publicaciones y redes sociales para seleccionar “blancos” y personalizar amenazas.

“La seguridad también se construye con prevención y preparación. Si queremos proteger el comercio formal y a quienes generan empleo, necesitamos capacidades prácticas para responder con serenidad, cortar el engaño y activar canales institucionales de apoyo”, señaló el presidente de CONCANACO SERVYTUR, Dr. Octavio de la Torre.

Para la Confederación, el valor central es la protección de la actividad económica cotidiana: negocios en regla y familias trabajadoras que merecen operar con certeza. El reto real es que la extorsión —en sus formas directas e indirectas— busca paralizar, aislar y presionar con amenazas, suplantaciones y manipulación digital, generando pérdidas económicas y daño emocional.

La solución práctica es capacitar a la red camerales con protocolos simples: mantener la calma, no ceder, documentar datos clave, cortar la comunicación y verificar la información; además de reforzar la ciberhigiene para reducir riesgos de suplantación, robo de cuentas y engaños.

El resultado deseable es que ninguna cámara ni negocio llegue “desprevenido”: más prevención, respuestas más rápidas y una coordinación institucional más



efectiva para proteger el patrimonio y la continuidad de las operaciones.

Durante la sesión se destacaron pautas operativas para desactivar una extorsión y evitar el daño económico, entre ellas: escuchar, tomar nota de argumentos y datos del número, interrumpir la llamada y verificar la situación antes de actuar.

Asimismo, se presentaron señales comunes que suelen aparecer en extorsiones telefónicas (por ejemplo, ladas foráneas o patrones de intimidación) y el uso de suplantación para simular autoridad o pertenencia a grupos delictivos.

CONCANACO SERVYTUR señaló que sus acciones se alinean a la Estrategia Nacional contra la Extorsión impulsada por la Presidenta de la República, Dra. Claudia Sheinbaum, y por el Secretario de Seguridad y Protección Ciudadana, Omar García Harfuch, la cual contempla armonización legislativa, el fortalecimiento de unidades especializadas, capacitación para Cámaras y el reforzamiento del 089 como canal confiable de denuncia, con el objetivo de proteger a la población y a quienes sostienen la economía formal.

La Confederación reiteró que esta capacitación se articula con su agenda de seguridad y prevención, incluida la consolidación del Observatorio de Incidencias Delictivas, como una herramienta para convertir información en decisiones y fortalecer la coordinación con autoridades, en alineación con la estrategia nacional encabezada por la Secretaría de Seguridad y Protección Ciudadana

FUENTE

<https://www.concanaco.org/blog/comunicados-de-prensa-4/concanaco-servytur-fortalece-a-las-camaras-locales-con-capacitacion-anti-extorsion-para-proteger-negocios-y-empleo-1505>



Airbnb ofrece hasta \$750 USD a nuevos anfitriones de la Copa Mundial.

Publicado: el 19 febrero 2026.

Con la Copa Mundial de la FIFA 2026 en el horizonte, millones de personas en todo el mundo ya están organizando sus planes de viaje para asistir al evento deportivo más grande del planeta, señaló Airbnb.

En ese contexto, Airbnb, Promotor Oficial del Torneo en Norte América, busca nuevos anfitriones y ha lanzado su mayor programa de incentivos a la fecha. Bajo esta oferta, los nuevos anfitriones de alojamientos completos en cualquiera de las 16 ciudades sede (en EE. UU., Canadá y México) que reciban a sus primeros huéspedes entre el 18 de febrero y el 31 de julio de 2026, podrán ser elegibles para recibir hasta \$750 USD.

Este lanzamiento coincide con nuevos datos que muestran que la demanda de estancias en Airbnb para el torneo está aumentando rápidamente: las búsquedas en las ciudades sede han crecido, en promedio, un 80% en comparación con el mismo periodo del año anterior.

Una oportunidad única para los anfitriones ocasionales de las ciudades sede

La Copa Mundial de la FIFA 2026™ no solo representa un evento deportivo de escala histórica: es también una oportunidad directa para miles de residentes que, de manera ocasional, pueden convertirse en anfitriones durante un periodo específico de alta demanda.

En México —que en sus tres ciudades sede (Ciudad de México, Guadalajara y Monterrey) albergará 13 de los 104 partidos del torneo— las personas que cuenten con un espacio disponible cerca de los estadios o de los corredores donde se instalarán los Fan Fest organizados por la FIFA podrán generar un ingreso complementario al rentar temporalmente su hogar. Según Deloitte, los anfitriones en sedes mexicanas podrían ganar en promedio entre \$900 y \$1,800 USD durante el torneo.

Además del beneficio individual, este flujo de visitantes generaría una derrama económica estimada en \$327 millones de dólares en las tres ciudades sede, contribuyendo a sostener aproximadamente 21,000 empleos adicionales. Es decir, se trata de un impacto que trasciende al anfitrión y alcanza a comercios, restaurantes y servicios locales.

Este modelo de anfitrión ocasional ya es familiar en la Ciudad de México durante eventos de alta afluencia turística como el gran premio de la fórmula uno, el Desfile de Día de Muertos o grandes conciertos. En esos momentos, residentes de alcaldías no tradicionalmente turísticas como Iztacalco o Venustiano Carranza abren temporalmente su hogar para recibir visitantes, ayudando a despresurizar la infraestructura hotelera y generando ingresos adicionales para sus familias. Una vez concluidos los eventos, la gran mayoría de estos inmuebles regresan a su uso habitual, reafirmando el carácter temporal y complementario de esta actividad.



Además, una encuesta de Focaldata publicada el día de hoy, revela lo que estos ingresos extra significarían para los residentes locales. Los resultados muestran que los potenciales nuevos anfitriones están motivados por la posibilidad de cubrir gastos básicos y compartir sus comunidades con los visitantes. La encuesta destaca que:

- Cerca de dos tercios de los encuestados (64%) considerarían rentar un espacio en su hogar durante el torneo.
- Alrededor de la mitad (49%) afirma que obtener ingresos extra sería su principal motivación.
- Casi el 90% asegura que estos ingresos tendrían un impacto positivo (significativo o moderado) en su situación financiera actual.
- Los residentes usarían el dinero principalmente para: pagar deudas (40%), cubrir gastos diarios (35%) y realizar mejoras en el hogar (33%).
- A los residentes les entusiasma compartir con los huéspedes «tesoros ocultos» de su localidad (52%) y sus restaurantes o cafeterías favoritas (49%).

«Mientras el evento deportivo más grande del mundo llega a Norteamérica, Airbnb lanza su incentivo más ambicioso para nuevos anfitriones. La demanda está aumentando, brindando a los residentes la oportunidad de incrementar sus ingresos compartiendo sus hogares y las comunidades que aman. Realmente, nunca ha habido un mejor momento para convertirse en anfitrión en Airbnb», dijo Dave Stephenson, Director de Negocios de Airbnb.

DATOS DUROS

- Los nuevos anfitriones de alojamientos completos en cualquiera de las 16 ciudades sede (en EE. UU., Canadá y México) que reciban a sus primeros huéspedes entre el 18 de febrero y el 31 de julio de 2026, podrán ser elegibles para recibir hasta \$750 USD.
- En México —que en sus tres ciudades sede (Ciudad de México, Guadalajara y Monterrey) albergará 13 de los 104 partidos del torneo— las personas que cuenten con un espacio disponible cerca de los estadios o de los corredores donde se instalarán los Fan Fest organizados por la FIFA podrán generar un ingreso complementario al rentar temporalmente su hogar.
- Según Deloitte, los anfitriones en sedes mexicanas podrían ganar en promedio entre \$900 y \$1,800 USD durante el torneo.
- Cerca de dos tercios de los encuestados (64%) considerarían rentar un espacio en su hogar durante el torneo.
- Alrededor de la mitad (49%) afirma que obtener ingresos extra sería su principal motivación.
- Casi el 90% asegura que estos ingresos tendrían un impacto positivo (significativo o moderado) en su situación financiera actual.
- Los residentes usarían el dinero principalmente para: pagar deudas (40%), cubrir gastos diarios (35%) y realizar mejoras en el hogar (33%).
- A los residentes les entusiasma compartir con los huéspedes «tesoros ocultos» de su localidad (52%) y sus restaurantes o cafeterías favoritas (49%).



CAMARA DE COMERCIO
SERVICIOS Y TURISMO
CIUDAD DE MEXICO

FUENTE

<https://inversion-turistica.com/2026/02/19/airbnb-ofrece-hasta-750-usd-a-nuevos-anfitriones-de-la-copa-mundial/>

Rentas en CDMX tendrán tope para frenar la gentrificación rumbo a 2026.

Publicado: el 19 febrero 2026.

Por: Andrea Meza

La **Ciudad de México** aplicará un **tope al aumento de rentas** como parte de una estrategia para contener los efectos de la gentrificación en diversas zonas con alta presión inmobiliaria.

La medida busca proteger a residentes ante el incremento sostenido en precios de vivienda, particularmente en colonias con fuerte demanda turística y creciente presencia de alquileres de corta estancia.

¿De cuánto será el tope a las rentas?

El esquema establece que los incrementos anuales de renta no podrán superar el porcentaje de inflación registrado oficialmente. Esto significa que los propietarios deberán ajustar los contratos de arrendamiento conforme a la variación del Índice Nacional de Precios al Consumidor (INPC).

Con esta medida, el gobierno capitalino pretende evitar aumentos desproporcionados que han afectado a inquilinos en zonas como:

- Roma
- Condesa
- Juárez
- Centro Histórico
- Del Valle

El contexto: presión inmobiliaria y turismo

En los últimos años, la capital ha registrado un aumento significativo en el costo de vivienda impulsado por:

- Crecimiento del turismo internacional
- Expansión de plataformas de alquiler temporal
- Llegada de trabajadores remotos
- Inversión inmobiliaria extranjera

Este fenómeno ha generado beneficios económicos, pero también tensiones sociales relacionadas con desplazamiento de residentes y encarecimiento de servicios.

Impacto en el mercado inmobiliario

La implementación del tope a las rentas podría tener efectos directos en distintos sectores:



Inquilinos

La medida ofrece mayor previsibilidad y estabilidad en contratos, reduciendo el riesgo de incrementos abruptos.

Propietarios

Los dueños de inmuebles deberán ajustar expectativas de rentabilidad, particularmente en zonas con alta valorización.

Sector turístico

Aunque el tope aplica a vivienda tradicional, el debate se vincula con la regulación de plataformas de corta estancia, lo que podría redefinir la oferta de hospedaje rumbo a 2026.

Una tendencia global

La regulación de rentas no es exclusiva de la CDMX. Ciudades como Nueva York, Berlín y Barcelona han implementado controles similares ante el aumento de precios derivado del turismo y la inversión inmobiliaria.

El reto para la capital mexicana será equilibrar:

- Derecho a la vivienda
- Desarrollo económico
- Competitividad turística
- Atracción de inversión

Rumbo al Mundial 2026

Con la Copa Mundial de la FIFA 2026 en el horizonte, la Ciudad de México enfrentará un aumento considerable en la demanda de alojamiento.

El tope a las rentas forma parte de una discusión más amplia sobre cómo crecer sin profundizar desigualdades urbanas.

La pregunta clave es si la medida logrará contener la presión inmobiliaria sin frenar la dinámica económica de la ciudad.

FUENTE

<https://www.travelreport.mx/noticias/tope-rentas-cdmx-gentrificacion-2026/>

Trás perder EPTUR

La postura de METRO: un comunicado que no responde a las preguntas de fondo.

Publicado: el 19 febrero 2026.

Tras el anuncio del cambio en la organización del evento de EPTUR, la Asociación Metropolitana de Agencias de Viajes (METRO) emitió un comunicado oficial firmado por su presidenta, Alicia Mejía, bajo el título “Evolución Institucional de METRO: Profesionalización y Valor para la Industria”.

En el documento, la asociación reafirma su compromiso con la capacitación, la profesionalización y el fortalecimiento del sector, destacando que los modelos de colaboración evolucionan y que los proyectos concluyen etapas para dar paso a nuevas oportunidades.

Sin embargo, la industria esperaba una postura más clara y oportuna. Más allá del discurso institucional, el sector aguardaba información puntual sobre la transición, los motivos detrás del cierre de etapa y, sobre todo, una explicación en tiempo y forma hacia los socios, aliados y empresas que formaron parte del proyecto durante siete ediciones.

Resulta difícil de comprender que, a estas alturas, algunos socios aún no estén plenamente informados y que el rumbo no haya sido definido con claridad

El comunicado no ofrece detalles concretos sobre lo ocurrido ni sobre los planes inmediatos, que quizá no existan. Se limita a enmarcar el momento como parte de una “evolución natural”, sin atender directamente las inquietudes que hoy circulan entre operadores y agencias.

“No vamos a entrar en controversias. Entregamos un evento completamente consolidado y nos sentimos muy orgullosos del trabajo realizado. El agradecimiento es exclusivamente para nuestros proveedores y agencias que confiaron en nosotros. Eso es todo”, señaló la presidenta tras cuestionar su resistencia a comunicar con claridad.

En un entorno donde la transparencia y la comunicación son clave para sostener la confianza gremial, el mensaje dejó más generalidades que definiciones. Para muchos, la respuesta institucional fue correcta en forma, pero insuficiente en fondo.

La conversación en el sector, por ahora, sigue abierta.

FUENTE

<https://pasilloturistico.com/la-postura-de-metro-un-comunicado-que-no-responde-a-las-preguntas-de-fondo/>

Regresa Mundo Fest el 28 de febrero y 01 de marzo Mundo Joven proyecta crecimiento de hasta 23% en 2026. Y acelera su expansión con franquicias.

Publicado: el 19 febrero 2026.

Con una proyección de crecimiento de entre 20% y 23% en reservas internacionales para 2026, Mundo Joven reafirma su posición como uno de los jugadores más dinámicos del turismo emisor en México. Así lo señaló su director corporativo, Iván López, en conferencia de prensa en la que delineó la hoja de ruta de la compañía para este año.

El directivo explicó que la empresa viene de cerrar 2025 con un último cuatrimestre de crecimiento sostenido por arriba del 23%, tendencia que se mantiene en el arranque de 2026.

“Hoy no vemos un motivo claro para que los siguientes meses cambien esta tendencia. Estamos proyectando un crecimiento de entre el 20 y el 23 por ciento en reservas internacionales”, afirmó López.

Mundial 2026: oportunidad y estrategia de anticipación

De cara al Mundial 2026, Mundo Joven identifica una doble dinámica: por un lado, un aumento exponencial en búsquedas hacia las sedes mundialistas -que crecieron hasta 20 veces en los últimos meses- y por otro, una estrategia de viajes “a contraflujo”, para quienes buscan evitar la saturación.

Además del turismo deportivo, la firma observa un fuerte movimiento en ciudades como Vancouver, así como en destinos europeos que combinan partido y experiencia cultural.

Sin embargo, López señaló que la clave será la anticipación. “Más que descuentos, este año el factor decisivo es la disponibilidad. Mientras más anticipación tenga el cliente, mejor precio podrá asegurar”, subrayó.

Tendencias 2026: Asia crece 40% y Latinoamérica gana terreno

Entre las principales tendencias que impulsan el crecimiento destacan:

- Asia, con un aumento proyectado del 40% en ventas para Mundo Joven. Japón (Tokio, Kioto y Osaka) lidera por su inmersión cultural y gastronómica.
- Latinoamérica, impulsada por destinos como Colombia y Perú, con tickets promedio más accesibles frente a Asia.
- Europa, que representa el 70% de las ventas de la compañía en número de pasajeros.
- Cruceros, con crecimientos superiores al 40%, particularmente como alternativa ante el contexto mundialista.



El directivo destacó que el viajero actual busca experiencias más flexibles, tours libres, lujo accesible e inmersión cultural, además de una creciente demanda de mujeres viajando solas y segmentos especializados.

Turismo educativo: Canadá se mantiene líder, pero Europa y Asia avanzan

En el segmento de estudios en el extranjero, Canadá continúa como el destino favorito del mercado mexicano, aunque con ajustes en políticas migratorias.

Irlanda y Australia ganan posicionamiento, mientras que Alemania emerge como alternativa atractiva por su calidad académica y costos accesibles.

Además, se observa una evolución clara: los jóvenes ya no buscan solo estudiar un idioma, sino complementar la experiencia con gastronomía, arte, tecnología e incluso inteligencia artificial.

Expansión nacional: 12 nuevas aperturas y foco 100% México

Mundo Joven opera actualmente 54 puntos de venta, de los cuales el 70% son franquicias. Para 2026, la meta es abrir 12 nuevas unidades, además de tres puntos propios adicionales.

La estrategia se concentra exclusivamente en México. “El enfoque hoy para Mundo Joven es cien por ciento República Mexicana”, explicó López.

La expansión contempla nuevas plazas como Tijuana (con dos aperturas previstas), Oaxaca, Los Cabos y Hermosillo, reforzando presencia fuera de Ciudad de México, Guadalajara y Monterrey.

Seguro de viaje: cultura de protección en aumento

Otro indicador relevante es el crecimiento del 20% anual en la venta de seguros de viaje, con alrededor de 20 mil pólizas emitidas. La compañía trabaja con proveedores especializados y promueve activamente la contratación como parte integral del viaje.

Mundo Joven Fest: 16 mil asistentes y descuentos más agresivos del año

La estrategia comercial tendrá su punto más visible en Mundo Joven Fest, que se realizará el 28 de febrero y 1 de marzo.

El evento espera alrededor de 16 mil asistentes y la participación de más de 400 expertos, entre colaboradores y proveedores.

“No es únicamente un tema de descuentos. Es la Expo de viajes más importante organizada por nosotros, donde la asesoría experta es el principal valor frente a la saturación digital”, puntualizó López.



Habrán promociones exclusivas en Europa, Asia, Medio Oriente, Latinoamérica, México y cruceros, con descuentos que alcanzan hasta 50% en destinos nacionales y beneficios adicionales en tours y vuelos.

Con tres décadas de trayectoria, Mundo Joven apuesta por combinar experiencia, expansión territorial y lectura estratégica del mercado para capitalizar un 2026 marcado por grandes eventos globales y una nueva mentalidad del viajero mexicano.

DATOS DUROS

- Con una proyección de crecimiento de entre 20% y 23% en reservas internacionales para 2026, Mundo Joven reafirma su posición como uno de los jugadores más dinámicos del turismo emisor en México. Así lo señaló su director corporativo, Iván López.
- El directivo explicó que la empresa viene de cerrar 2025 con un último cuatrimestre de crecimiento sostenido por arriba del 23%, tendencia que se mantiene en el arranque de 2026.
- Estamos proyectando un crecimiento de entre el 20 y el 23 por ciento en reservas internacionales”, afirmó López.
- Asia, con un aumento proyectado del 40% en ventas para Mundo Joven. Japón (Tokio, Kioto y Osaka) lidera por su inmersión cultural y gastronómica.
- Europa, que representa el 70% de las ventas de la compañía en número de pasajeros.
- •Cruceros, con crecimientos superiores al 40%, particularmente como alternativa ante el contexto mundialista.
- Mundo Joven opera actualmente 54 puntos de venta, de los cuales el 70% son franquicias. Para 2026, la meta es abrir 12 nuevas unidades, además de tres puntos propios adicionales.
- Otro indicador relevante es el crecimiento del 20% anual en la venta de seguros de viaje, con alrededor de 20 mil pólizas emitidas.
- El evento espera alrededor de 16 mil asistentes y la participación de más de 400 expertos, entre colaboradores y proveedores.

FUENTE

<https://pasilloturistico.com/mundo-joven-proyecta-crecimiento-de-hasta-23-en-2026-y-acelera-su-expansion-con-franquicias/>



Sector destaca el crecimiento en la llegada de turistas a Michoacán y fortalece la coordinación con empresarios de Zamora.

Publicado: el 18 febrero 2026.

Comunicado 034/2026.- En el marco del Plan Michoacán por la Paz y la Justicia, la secretaria de Turismo del Gobierno de México, Josefina Rodríguez Zamora, realizó una gira de trabajo en Zamora.

- La secretaria de Turismo del Gobierno de México, Josefina Rodríguez Zamora, destacó el crecimiento turístico de Michoacán en 2025, con alzas en llegada de visitantes y conectividad aérea que consolidan al sector como motor de empleo y desarrollo.
- En reunión con el sector empresarial de Zamora, convocó a fortalecer la coordinación entre gobierno y empresas para consolidar una agenda conjunta que impulse la derrama económica local.
- Subrayó que el Plan Michoacán por la Paz y la Justicia, impulsado por la Presidenta Claudia Sheinbaum, parte de la premisa de que la paz se construye con oportunidades, crecimiento económico y prosperidad compartida en los territorios.

En el marco del Plan Michoacán por la Paz y la Justicia, la secretaria de Turismo del Gobierno de México, Josefina Rodríguez Zamora, realizó una gira de trabajo en Zamora, donde destacó el crecimiento turístico del estado y sostuvo una reunión con el sector empresarial del municipio.

“Nos convoca el propósito de fortalecer la coordinación entre el sector público y el sector empresarial para impulsar el desarrollo económico, la inversión y la competitividad de Zamora. Y lo hacemos con la visión clara que nos da el Plan Michoacán por la Paz y la Justicia, impulsado por la Presidenta Claudia Sheinbaum Pardo”.

Acompañada por el secretario de Turismo estatal, Roberto Monroy García, subrayó que Michoacán vive un momento positivo en materia turística y que este encuentro permitirá fortalecer la coordinación institucional y empresarial, a fin de traducir este dinamismo en mayor inversión, generación de empleo y derrama económica local.

Informó que en 2025 se registró un incremento de 7.1 por ciento en la llegada de turistas respecto a 2024, al alcanzarse 3 millones 385 mil 838 visitantes hospedados en hoteles del estado.

Explicó que este crecimiento confirma que el turismo se consolida como motor económico regional y como herramienta para generar bienestar social, al activar cadenas productivas, fortalecer el empleo formal y proyectar los destinos de Michoacán a nivel nacional e internacional.

Por su parte, el secretario de Turismo de Michoacán, Roberto Monroy García, reiteró la disposición del gobierno estatal para fortalecer la coordinación con la



federación y el sector empresarial, así como para consolidar una estrategia integral que potencie las vocaciones regionales.

Rodríguez Zamora añadió que la conectividad aérea también ha contribuido a este dinamismo. De enero a diciembre de 2025 se registraron 6 mil 477 vuelos hacia Michoacán, lo que representa un aumento de 22.4 por ciento respecto a 2024, con más de 816 mil pasajeros movilizados, principalmente a través de los aeropuertos de Morelia y Uruapan, de acuerdo con datos de la Agencia Federal de Aviación Civil.

Durante la reunión con empresarios de Zamora, la secretaria señaló que este crecimiento turístico debe traducirse en oportunidades directas para los municipios y en beneficios tangibles para sus comunidades.

“Dentro de esta visión integral, el turismo es un eje estratégico para la cohesión social y la construcción de paz porque genera empleos formales, activa cadenas productivas, fortalece el orgullo comunitario y proyecta lo mejor de nuestro territorio al mundo”, expresó.

Destacó que el municipio cuenta con 24 establecimientos de hospedaje y mil 045 habitaciones, una base sólida que permite fortalecer su posicionamiento regional y captar una mayor derrama económica si se consolida una agenda conjunta de promoción, inversión y desarrollo de proyectos turísticos.

Subrayó que el Plan Michoacán por la Paz y la Justicia, impulsado por la Presidenta Claudia Sheinbaum Pardo, parte de la convicción de que la paz se construye con oportunidades, crecimiento económico y Prosperidad Compartida.

Finalmente, convocó a convertir a Zamora en un ejemplo de cómo el dinamismo turístico estatal puede traducirse en más inversión, más empleo y mayor estabilidad económica para las familias.

DATOS DUROS

- En 2025 se registró un incremento de 7.1 por ciento en la llegada de turistas respecto a 2024, al alcanzarse 3 millones 385 mil 838 visitantes hospedados en hoteles del estado.
- Rodríguez Zamora añadió que la conectividad aérea también ha contribuido a este dinamismo. De enero a diciembre de 2025 se registraron 6 mil 477 vuelos hacia Michoacán, lo que representa un aumento de 22.4 por ciento respecto a 2024, con más de 816 mil pasajeros movilizados, principalmente a través de los aeropuertos de Morelia y Uruapan, de acuerdo con datos de la Agencia Federal de Aviación Civil.
- Destacó que el municipio cuenta con 24 establecimientos de hospedaje y mil 045 habitaciones, una base sólida que permite fortalecer su posicionamiento regional.



CAMARA DE COMERCIO
SERVICIOS Y TURISMO
CIUDAD DE MEXICO

FUENTE

<https://www.gob.mx/sectur/articulos/sectur-destaca-el-crecimiento-en-la-llegada-de-turistas-a-michoacan-y-fortalece-la-coordinacion-con-empresarios-de-zamora?idiom=es>

Puebla albergará el México vs Ghana de preparación; afición e infraestructura garantía: FMF.

Publicado: el 18 febrero 2026.

Por: Gobierno de Puebla

- “Puebla es el estado del deporte”: Ivar Sisniega.
- El gobernador Alejandro Armenta Mier reiteró que en Puebla el deporte es una política de estado, además celebró que el encuentro será una fiesta para la afición.

Ciudad de Puebla, Pue.- Por su infraestructura, dinamismo y su proyección internacional, Puebla y el Estadio Cuauhtémoc serán sede de un partido de preparación de la Selección Mexicana, ante su similar de Ghana el próximo 22 de mayo, encuentro que servirá de preparación para la Copa del Mundo 2026, así lo anunciaron el Gobierno del Estado y la Federación Mexicana de Fútbol (FMF).

El presidente ejecutivo de la Federación Mexicana de Fútbol, Ivar Sisniega, reconoció que Puebla es hoy el estado del deporte que recibe eventos deportivos de talla nacional e internacional. Mencionó que la federación recibió varias propuestas para llevar a cabo el encuentro internacional en otras ciudades, pero por sus ventajas en infraestructura, optaron por la entidad.

Ivar Sisniega subrayó que los factores como la altura de la ciudad de Puebla y la cercanía con la Ciudad de México, permitieron que el Estadio Cuauhtémoc fuera la sede de la Selección Mexicana, además, explicó que el director técnico, Javier Aguirre, solicitó este encuentro para visualizar la última etapa de preparación. Los boletos próximamente estarán a la venta.

El gobernador de Puebla, Alejandro Armenta Mier, reconoció y agradeció la confianza de la Federación Mexicana de Fútbol por traer un partido tan importante y motivar a las y los deportistas poblanos. Recordó que en Puebla el deporte es una política de estado, una herramienta para reconstruir el tejido social, ya que aseguró que cuando un niño o joven toma un balón se alejan de los procesos disociativos, iniciativa alineada a la política humanista de la presidenta de México, Claudia Sheinbaum

Armenta Mier resaltó que, al igual que en los grandes eventos deportivos de los que Puebla ha sido sede, se desplegará un operativo de seguridad en coordinación con la Secretaría de la Defensa Nacional (DEFENSA), la Secretaría de Marina (SEMAR) y la Guardia Nacional (GN), para recibir a la afición y al turismo que visite la ciudad.

Por su parte, el coordinador de Gabinete, José Luis García Parra, mencionó que Puebla se suma a la ruta del Mundial 2026, como epicentro del deporte y la casa de la Selección de México rumbo a la Copa del Mundo, de uno de los tres partidos de preparación. "Como lo prometimos Puebla vivirá el mundial de



fútbol", aseguró, al señalar que en próximos días anunciarán diversas actividades para celebrar esta fiesta.

El director técnico de la Selección Mexicana, Javier Aguirre, expresó su gusto por regresar a Puebla y reconoció las iniciativas y programas que emprende la administración de Alejandro Armenta, para fomentar el deporte en la entidad. Resaltó que el Estadio Cuauhtémoc es un inmueble dos veces mundialista y destacó el apoyo de la afición.

Por último, el director deportivo de selecciones nacionales, Duilio Davino, destacó que la ciudad de Puebla es una plaza que cumple con todo lo que solicitó con la petición del entrenador Javier Aguirre, ante un equipo de altura y con todo el apoyo de la afición poblana.

FUENTE

<https://www.eleconomista.com.mx/politica/puebla-albergara-mexico-vs-ghana-preparacion-aficion-e-infraestructura-garantia-fmf-20260218-800524.html>



La FIFA espera que todo el Mundial de Futbol 2026 se juegue con "entradas agotadas".

Publicado: el 18 febrero 2026.

Por: AFP

El presidente de la FIFA, Gianni Infantino, adelantó que la fase de venta de boletos de "último minuto" comenzará en abril y se prolongará hasta la final del torneo el 19 de julio.

Los 104 partidos del Mundial de Norteamérica 2026 se disputarán "con las entradas agotadas", aseguró este miércoles el presidente de la FIFA, Gianni Infantino, en una entrevista televisiva.

"La demanda está ahí. Cada partido está agotado", dijo el dirigente a la cadena estadounidense *CNBC* y precisó que todavía se han reservado "algunas entradas para ventas de último minuto".

El pasado mes se cerró la segunda fase de venta de boletos para el Mundial de Estados Unidos, México y Canadá, que arranca el 11 de junio.

Se registraron "508 millones de solicitudes en cuatro semanas para alrededor de siete millones de entradas disponibles, procedentes de más de 200 países de todo el mundo", señaló Infantino.

"Nunca habíamos visto algo así, es increíble", celebró el patrón del organismo rector del fútbol mundial.

La fase de venta de boletos de "último minuto", señaló, comenzará en abril y se prolongará hasta la final del torneo el 19 de julio.

Infantino se defendió también de las críticas por el precio de las entradas, calificado de "exorbitante" por asociaciones de aficionados, que ha alcanzado niveles máximos en las webs de reventa.

"Es como si en un mes hubiera 104 ediciones del Super Bowl", volvió a comparar Infantino. "Y obviamente eso tiene una consecuencia en los precios".

"El precio de las entradas se ha fijado pero tienen, especialmente en Estados Unidos, algo que se llama precio dinámico, lo que hace que los precios suban o bajen en función de la demanda y del cartel del partido", elaboró.

"También pueden revender sus entradas en las plataformas oficiales, en el mercado secundario, y los precios volverán a subir. Eso forma parte del mercado", expuso.

Norteamérica 2026, la mayor Copa del Mundo de la historia, con 48 selecciones compitiendo a lo largo de tres países, dejará a la FIFA unos ingresos estimados en "11,000 millones de dólares, quizá un poco más", afirmó su presidente.



ero "cada dólar se reinvierte en el fútbol en los 211 países" afiliados, aseguró.

También calculó que el impacto del Mundial en la economía estadounidense rondará los "30,000 millones de dólares en términos de turismo, restauración, seguridad, inversiones, etc".

Según Infantino, además de los siete millones de espectadores en los estadios, el Mundial también atraerá entre 20 y 30 millones de turistas y creará "185,000 empleos a tiempo completo".

"Esto tendrá un efecto enorme (...) Y espero que ese efecto no se limite a la Copa del Mundo, sino que (se prolongue) en el futuro", confió.

DATOS DUROS

- Se registraron "508 millones de solicitudes en cuatro semanas para alrededor de siete millones de entradas disponibles, procedentes de más de 200 países de todo el mundo", señaló Infantino.
- Se registraron "508 millones de solicitudes en cuatro semanas para alrededor de siete millones de entradas disponibles, procedentes de más de 200 países de todo el mundo", señaló Infantino.
- "Es como si en un mes hubiera 104 ediciones del Super Bowl", volvió a comparar Infantino. "Y obviamente eso tiene una consecuencia en los precios".
- Norteamérica 2026, la mayor Copa del Mundo de la historia, con 48 selecciones compitiendo a lo largo de tres países, dejará a la FIFA unos ingresos estimados en "11,000 millones de dólares, quizá un poco más", afirmó su presidente.
- Pero "cada dólar se reinvierte en el fútbol en los 211 países" afiliados, aseguró.
- Según Infantino, además de los siete millones de espectadores en los estadios, el Mundial también atraerá entre 20 y 30 millones de turistas y creará "185,000 empleos a tiempo completo".

FUENTE

<https://www.eleconomista.com.mx/deportes/fifa-espera-mundial-futbol-2026-juego-entradas-agotadas-20260218-800470.html>



Hospitales preparados y revisión de síntomas en aeropuertos: atención a emergencias en Copa Mundial FIFA 2026.

Publicado: el 18 febrero 2026.

Por Blanca Valadez

La Secretaría de Salud de la Ciudad de México alista un operativo especial de vigilancia epidemiológica para la Copa Mundial de la FIFA 2026, con filtros en aeropuertos, protocolos de aislamiento y hospitales de referencia preparados, en coordinación con todo el sector salud para garantizar la atención oportuna de los visitantes.

“El que estemos trabajando en este momento para aumentar la inmunidad de las personas que vivimos y transitamos por la Ciudad de México es muy importante, porque eso previene que aunque vengan personas con sarampión u otras enfermedades, estemos protegidos”, afirmó Nadine Gasman Zylbermann, secretaria de Salud capitalina.

¿Cuál es el plan de contención?

Uno de los puntos clave de la vigilancia serán las terminales aéreas.

“En los aeropuertos va a haber personal de salud identificando personas que puedan venir con exantema. Vamos a reforzar toda la vigilancia epidemiológica durante el mundial”, explicó Gasman en entrevista con MILENIO.

El plan contempla efectuar un diagnóstico inmediato y aislar los casos sospechosos con enfermedades altamente contagiosas como el sarampión.

“Vamos a tener una estrategia, un protocolo para asegurarnos que una persona que sospechemos pueda ser estudiada, tengamos los exámenes para corroborarlo o descartarlo y, en caso de que sea positivo, que pueda estar aislada”, puntualizó.

El operativo se desplegará con la participación de todo el sector salud. “Tenemos una coordinación interinstitucional muy fuerte y muy activa. Todo este trabajo lo estamos haciendo como sector salud: el IMSS, el ISSSTE, IMSS-Bienestar, Pemex, la Secretaría de Salud. Con eso vamos a seguir trabajando también para atender, por ejemplo, las necesidades de salud del Mundial”, detalló.

Gasman subrayó que habrá centros médicos de referencia listos para hospitalización o aislamiento especializado.

“Tenemos hospitales de referencia preparados, en los que una persona sospechosa pueda ser atendida y, en caso de ser necesario, permanecer aislada”, dijo.

A los visitantes extranjeros se les hará una recomendación clara: llegar vacunados. “Hay protocolos muy claros de recomendaciones a las personas que



vengan de que estén vacunadas. Obviamente no se le obliga nunca a nadie, pero sí es muy importante recomendarlo”, agregó.

Fiesta en toda la ciudad

Aunque el Estadio Azteca será sede del partido inaugural, la celebración se vivirá en toda la capital.

“El Mundial en la Ciudad de México ocurrirá en toda la ciudad. Se están planeando muchas acciones culturales, deportivas, turísticas. Creo que va a ser un gusto estar en el Mundial y que mucha gente va a venir a ver los partidos, pero también a disfrutar del resto”, comentó Gasman.

La Copa Mundial de la FIFA 2026 comenzará el 11 de junio en el Estadio Azteca y concluirá el 19 de julio con la final. México tendrá tres sedes: el Estadio Azteca en la Ciudad de México, el Estadio Akron en Guadalajara y el Estadio BBVA en Monterrey.

La venta de boletos inició el 10 de septiembre de 2025 para tarjetahabientes Visa, con registro en línea. Posteriormente se abrirán más fases de venta tras el sorteo de grupos y en la etapa previa al torneo.

Gasman Zylbermann refirió que la Ciudad de México se prepara para garantizar que la Copa Mundial de la FIFA 2026 transcurra sin sobresaltos sanitarios. Con filtros en aeropuertos, protocolos de aislamiento, hospitales de referencia y la red del sector salud alineada, la capital busca que la única emoción que se contagie sea la del fútbol.

FUENTE

<https://www.milenio.com/comunidad/copa-mundial-2026-asi-se-preparara-cdmx-para-evitar-contagios>

Mundo Joven revela tendencias de viaje por realización del Mundial y el efecto Bad Bunny.

Publicado: el 18 febrero 2026.

De acuerdo con las tendencias observadas por *Mundo Joven Fest* y *Google Analytics*, este 2026 traerá un viraje significativo tanto en destinos como en la intención de viaje: menos estadios y más ciudades donde sea posible encontrarse con otras culturas en igualdad y fraternidad.

No toda la atención mundial se concentra en el fútbol, viajeros mexicanos están eligiendo rutas con propósito, donde la cultura, el aprendizaje y la libertad de movimiento definen el viaje, señala.

Un Plan B: Los mexicanos que no van al Mundial priorizan otras ciudades.

Aproximadamente un 73% de las y los viajeros de 2026 tienen la intención de explorar destinos menos saturados que las ciudades sede del Mundial, buscan opciones con énfasis en cultura, naturaleza y aprendizaje.

Top 5 ciudades “Plan B” al Mundial:

- Osaka – 22%
- Tokio – 19%
- Vancouver – 14%
- Madrid – 11%
- Londres – 9%

Estas ciudades destacan por su oferta de museos, rutas históricas, seguridad, movilidad y opciones educativas de corta duración.

Bad Bunny pone el “norte” al Sur (América Latina).

La presencia del artista en el Súper Bowl detonó un incremento del 16% en el interés de mexicanos por viajar a América Latina, especialmente entre jóvenes de 18 a 35 años que buscan música, gastronomía, cultura urbana y conexión en su mismo idioma.

Top 3 de destinos impulsados por el “efecto Bad Bunny” (con respecto al mes anterior al Super Bowl):

- San Juan / Puerto Rico / 22%
- Santo Domingo / República Dominicana / 18%
- Medellín / Colombia/ 15%

Este movimiento refleja un interés y búsqueda de identidad compartida, amistad cultural y accesibilidad.

Asia: el continente favorito de Gen Z en 2026.



Asia registra un crecimiento estimado del 32% en intención de viaje entre jóvenes mexicanos, con Corea del Sur y Japón en la preferencia gracias a su equilibrio entre tradición, modernidad y... el K-Pop.

Top 3 motivos para viajar a Asia:

Ejemplo destacado: “Recorrido del Samurai” para conocer Tokio, Nikko, Kioto, Hiroshima/Miyajima en 14 días. Con experiencias como clases de etiqueta samurái y artes tradicionales. Es uno de los programas más solicitados entre quienes viajan para aprender, comprender y transformarse.

Turismo educativo: la especialidad de Mundo Joven Estudios

Con más de 30 años de experiencia, Mundo Joven Estudios concentra un crecimiento sostenido en programas académicos internacionales.

Top 5 países para estudiar en el extranjero:

1. Canadá
2. Reino Unido
3. Japón
4. España
5. Australia

Cabe mencionar que Mundo Joven Fest es el encuentro de proveedores, aerolíneas, destinos, escuelas y cruceros mas esperado en México. El festival más importante de movilidad global en México espera más de 16,000 asistentes, un crecimiento estimado del 15% respecto a la edición anterior. Ofrecerá asesorías personalizadas, instituciones internacionales, becas parciales, conferencias de expertos internacionales, áreas de convivencia familiar y contenido clave sobre tendencias globales de viaje en 2026.

FUENTE

<https://inversion-turistica.com/2026/02/18/mundo-joven-revela-tendencias-de-viaje-por-realizacion-del-mundial-y-el-efecto-bad-bunny/>

EPTUR cambia de nombre y de asociación: Expo Mayoristas.

Publicado: el 18 febrero 2026.

Después de siete ediciones consecutivas, en donde los últimos dos años se aumentó a versión primavera e invierno, la Asociación Metropolitana de Agencias de Viajes (Metro) no realizará el Encuentro Profesional de Turismo (EPTUR), siendo Expo Mayoristas el organismo que tomará las riendas a partir de este 2026.

Expo Mayoristas que lidera Javier Galicia, anunció que durante los próximos tres años la asociación la realizará con un cambio de nombre: de EPTUR a EPTU, lo que la consolidará “como una de las plataformas más relevantes para la industria turística en México”.

Expo Mayoristas aseguró que esta nueva etapa de EPTU “contempla una visión de crecimiento sostenido, fortalecimiento comercial y evolución estructural del evento, con el objetivo de generar mayores oportunidades de negocio, espacios de networking estratégico y contenido especializado de alto valor para los agentes de viajes”.

FUENTE

<https://inversion-turistica.com/2026/02/18/eptur-cambia-de-nombre-y-de-asociacion-expomayoristas/>

Profeco se pone la playera... y saca el silbato rumbo al Mundial 2026.

Publicado: el 17 febrero 2026.

Por: Andrea Meza

México ya está calentando motores para la Copa Mundial de la FIFA 2026... y mientras unos sueñan con estadios llenos y derrama histórica, otros ya estaban haciendo cuentas con “tarifa mundialista” incluida.

Pero sorpresa: la Procuraduría Federal del Consumidor (Profeco) ya activó un operativo nacional especial.

Sí, antes de que ruede el balón, ya habrá inspectores revisando que el entusiasmo no se convierta en abuso.

Operativo Mundialista: febrero a julio 2026

El operativo estará activo del 16 de febrero al 19 de julio de 2026, cubriendo la etapa previa y todo el torneo.

El objetivo es claro: prevenir estafas, sobrepagos injustificados y prácticas comerciales abusivas durante el evento deportivo más importante del planeta.

Sectores bajo vigilancia

La supervisión será amplia:

- Hoteles
- Agencias de viajes
- Arrendadoras de autos
- Transporte turístico
- Restaurantes, bares y centros de consumo
- Tiendas de souvenirs
- Centros de apuestas y entretenimiento
- Centros de convenciones y Fan Fest

El mensaje es contundente: Se deben respetar precios, promociones y condiciones anunciadas. No habrá margen para cambiar reglas a mitad del partido.

Ciudades con lupa

La vigilancia será reforzada en:

- Ciudad de México
- Guadalajara
- Monterrey
- León
- Puebla



- Querétaro
- Veracruz
- Mérida
- Chichén Itzá
- Chihuahua

Además de las zonas donde se realizarán eventos oficiales y concentraciones masivas de aficionados.

Sanciones posibles

En caso de irregularidades, Profeco puede:

- Suspender la venta de bienes o servicios
- Clausurar establecimientos
- Inmovilizar productos
- Aplicar multas

No es advertencia simbólica. Es operativo real.

La lectura de fondo

El Mundial 2026 representa una vitrina histórica para México, pero también es una prueba de profesionalismo para el sector turístico. Un solo caso viral de fraude puede dañar la reputación de todo el ecosistema. En la era de TikTok, los abusos no se esconden: se comparten.

El fútbol dura 90 minutos. La imagen turística, muchos años.

FUENTE

<https://www.travelreport.mx/noticias/profeco-operativo-mundial-2026/>



CAMARA DE COMERCIO
SERVICIOS Y TURISMO
CIUDAD DE MEXICO