



Opinión por Vicente Gutiérrez Camposeco / AICM optimiza infraestructura y servicios.

Publicado: el 24 febrero 2026.

Por: Vicente Gutiérrez Camposeco

El Aeropuerto Internacional Benito Juárez de la Ciudad de México (AICM) ha enfrentado una serie de actualizaciones para estar a la altura de los mejores del mundo. El proyecto de remodelación del AICM Benito Juárez, que dio inicio en abril de 2025, busca subsanar afectaciones mayores en la operación conforme al plan de trabajo establecido; paralelamente, se han entregado áreas remodeladas y cerrado otras para su intervención. Con la remodelación se optimizará la infraestructura existente, privilegiando mayores áreas de tránsito y espera para las personas pasajeras, por lo cual las obras se efectúan de manera ininterrumpida, impactando en los niveles de servicio. El Aeropuerto Internacional de la Ciudad de México transporta actualmente 3.5 millones de pasajeros, debido a la reducción de operaciones para vuelos nacionales, que busca aliviar su saturación incentivando a las aerolíneas moverse a otras opciones aeroportuarias.

El Almirante en retiro Juan José Padilla Olmos protestó como director general de Grupo Aeroportuario de la Ciudad de México, S.A. de C.V. (GACM), el 18 de enero de 2024, a partir de ese momento, tomó el control de las obras de remodelación del Aeropuerto Benito Juárez de la CDMX, mismas que avanzan en tiempo y forma, con excelente calidad en los materiales y acabados, así como; utilizando solamente recursos propios de la institución, es decir, sin apoyo de dinero federal, que es lo verdaderamente reconocible. La llegada del Almirante Padilla y la conformación de este sistema aeroportuario marcan el nuevo rumbo dentro de los servicios y estación que brindará, asumiendo su operación con el compromiso de impulsar el desarrollo regional y nacional de manera segura, sostenible y sustentable a través de una gestión eficaz, el mejoramiento de los servicios y el seguimiento puntual de los ordenamientos y normas en materia aeroportuaria nacionales e internacionales.

El trabajo transparente, el uso eficiente de los recursos propios (renta de espacios dentro de las instalaciones), licitaciones públicas abiertas y conforme a la Ley y no desviar recursos para otros fines, han permitido que el Almirante Juan José Padilla evite actos de corrupción y las empresas participantes se esfuercen por desempeñar trabajos acordes a las necesidades actuales de servicio que tiene el aeropuerto. Padilla Olmos es Ingeniero en Ciencias Aeronavales por la Heroica Escuela Naval Militar y cuenta con dos maestrías, la primera en Administración Naval y la segunda en Seguridad Nacional; ambas cursadas en el Centro de Estudios Superiores Navales. En el ámbito profesional, tiene en su haber una larga trayectoria de más de 45 años de servicio en la Secretaría de Marina – Armada de México durante los cuales desarrolló importantes comisiones y se desempeñó en cargos de alto nivel, entre los que se pueden



enlistar la Jefatura del Estado Mayor General de la Armada, la Comandancia de la Segunda Región Naval y la Coordinación General de Aeronáutica Naval.

Así pues, el AICM Benito Juárez está en buenas manos, su proceso de remodelación para mejorar la infraestructura y optimizar el tránsito internacional de pasajeros va dando resultados y, día a día, las distintas áreas remodeladas ofrecen una mejor imagen y servicios. También, el trabajo dedicado de quienes participan en esta importante obra permite empezar a recuperar el volumen de usuarios que tenía antes de la pandemia. Bajo el liderazgo del Almirante Padilla Olmos, Director General, se busca eliminar duplicidades en la estructura corporativa del Grupo Aeroportuario para optimizar operaciones y recursos; mejorar la rentabilidad de las empresas, la seguridad y la conectividad aérea del país en beneficio de los usuarios. Bien por ello.

DATOS DUROS

- El Aeropuerto Internacional de la Ciudad de México transporta actualmente 3.5 millones de pasajeros, debido a la reducción de operaciones para vuelos nacionales, que busca aliviar su saturación incentivando a las aerolíneas moverse a otras opciones aeroportuarias.

FUENTE

<https://oem.com.mx/la-prensa/analisis/opinion-por-vicente-gutierrez-camposeco-aicm-optimiza-infraestructura-y-servicios-28626608>



Aeropuertos de Jalisco operan con regularidad tras cancelaciones por muerte de "El Mencho".

Publicado: el 24 febrero 2026.

Por: Patricia Romo

De acuerdo con el Grupo Aeroportuario, las terminales de Guadalajara y Puerto Vallarta alcanzaron 95% de sus operaciones activas.

Guadalajara, Jal. Los **aeropuertos de Guadalajara y Puerto Vallarta** operan con regularidad este martes, alcanzando un 95% de sus operaciones activas, informó el Grupo Aeroportuario del Pacífico (**GAP**).

Luego de dos días de demoras y cancelaciones ocurridas por la violencia generada en reacción por el abatimiento de **"El Mencho"** en Tapalpa, Jalisco, las aerolíneas nacionales e internacionales han restablecido paulatinamente sus itinerarios en ambas terminales.

Este martes 24 de febrero, el Aeropuerto Internacional de Guadalajara reporta un 96% de operaciones activas y el de Puerto Vallarta 95 por ciento.

Sobre el estatus actual de las operaciones, el Grupo Aeroportuario informa que la terminal aérea de Guadalajara **mantiene 11 cancelaciones** y 11 demoras programadas, mientras la de Puerto Vallarta tiene 4 cancelaciones programadas.

De acuerdo con GAP, los vuelos que actualmente se encuentran cancelados forman parte del proceso de reactivación de itinerarios, de manera que todas las aerolíneas ya operan con normalidad, con excepción de la canadiense **Flair Airlines**, que aún se encuentra en proceso de restablecer sus operaciones.

"Ambas terminales se mantienen como espacios seguros para pasajeros, colaboradores y usuarios, al contar con la vigilancia permanente de la Guardia Nacional que ha mantenido el refuerzo preventivo de sus elementos de seguridad en las instalaciones", indicó el Grupo Aeroportuario del Pacífico a través de un comunicado.

Añade que los edificios terminales, áreas operativas y vialidades de acceso funcionan con eficiencia, garantizando la continuidad de los servicios aeroportuarios y la adecuada atención al pasajero.

FUENTE

<https://www.eleconomista.com.mx/estados/aeropuertos-jalisco-operan-regularidad-cancelaciones-muerte-mencho-20260224-801412.html>

Sector restaurantero prioriza seguridad; en Jalisco cierra el 90% de los restaurantes, CANIRAC.

Publicado: el 24 febrero 2026.

Por: Diego López

La industria restaurantera enfrenta cierres preventivos, caída en consumo y pérdidas millonarias tras los hechos de violencia registrados en al menos 20 estados del país.

La captura de Nemesio Oseguera Cervantes detonó un fin de semana de violencia en diversas entidades del país y puso en pausa, al menos parcialmente, la operación del sector restaurantero en zonas clave como Jalisco. Para la industria gastronómica, la prioridad ha sido clara: proteger a colaboradores y comensales, aunque ello implique cerrar cortinas y asumir pérdidas inmediatas.

En entrevista exclusiva para Bistronomie, Claudia Ramírez del Palacio, Presidenta Ejecutiva de la Cámara Nacional de la Industria de Restaurantes y Alimentos Condimentados (Canirac), confirmó la magnitud del impacto en la entidad donde se registraron los principales disturbios. Se trata, dijo, de una situación que exige coordinación permanente con autoridades.

“Desde CANIRAC nos mantenemos en comunicación permanente con nuestras delegaciones y con autoridades locales y federales para dar seguimiento a la situación derivada de los acontecimientos del fin de semana en Jalisco”, señaló.

En la zona metropolitana de Guadalajara, el golpe ha sido inmediato. “En el caso de Jalisco, más del 90% de los restaurantes en la zona metropolitana permanecen cerrados este lunes 23 de febrero como medida preventiva, priorizando en todo momento la seguridad de colaboradores y comensales. Muy pocos establecimientos han comenzado a abrir de manera parcial, sin embargo, se mantienen atentos a las indicaciones de seguridad emitidas por las autoridades, considerando que el estado continúa en Código Rojo”, detalló Ramírez.

“En otras entidades del país hemos observado disminuciones en ventas de hasta un 70%, principalmente en delegaciones donde había afectaciones en temas de movilidad y percepción de seguridad”, advirtió, al referirse a entidades como Colima y Puebla.

“La situación ha impactado directamente el consumo, ya que gran parte de la población permanece en sus hogares y la actividad se ha concentrado principalmente en supermercados y farmacias, lo que naturalmente reduce la afluencia a restaurantes”, añadió.

Golpe económico y presión sobre inventarios

El impacto no es menor si se considera el tamaño del sector. La industria restaurantera es uno de los mayores empleadores del país y un eje estratégico del turismo urbano y de playa. En destinos como Guadalajara y Puerto Vallarta,



donde la gastronomía es motor de atracción, el cierre anticipado de negocios y la cancelación de vuelos han mermado la llegada de comensales nacionales e internacionales, generando un freno abrupto en la actividad turística y gastronómica.

Desde la óptica financiera, el golpe puede escalar rápidamente y dejar efectos más allá del cierre temporal. Fernando Mercado, consultor de CONGAHIN (Consultoría Gastronómica y Hotelera Integral), advirtió que este tipo de disrupciones impactan de forma inmediata el flujo de efectivo, uno de los puntos más sensibles para los restaurantes, especialmente para aquellos que operan con márgenes reducidos y alta dependencia de ventas diarias.

“El nivel de disrupción observado podría representar pérdidas diarias de entre 260 y 520 millones de pesos”, estimó el consultor, considerando tanto la caída en ventas como los costos indirectos que enfrenta el sector.

El especialista subrayó que, además del ingreso que deja de percibirse, existen efectos colaterales relevantes: “A esto se suman el desperdicio de inventarios perecederos, penalizaciones con proveedores, cancelaciones de eventos y el incremento en gastos de seguridad y logística”. En restaurantes con alta rotación de producto fresco —mariscos, carnes, lácteos— cada jornada cerrada implica mermas difíciles de recuperar y una presión adicional sobre su flujo de efectivo.

En ese sentido Canirac señaló que el reto inmediato es recuperar la confianza del consumidor y garantizar condiciones seguras para reactivar la operación. “Estamos dando seguimiento puntual a la evolución de la situación en los próximos días”, concluyó Ramírez.

DATOS DUROS

- En la zona metropolitana de Guadalajara, el golpe ha sido inmediato. “En el caso de Jalisco, más del 90% de los restaurantes en la zona metropolitana permanecen cerrados este lunes 23 de febrero como medida preventiva.
- “En otras entidades del país hemos observado disminuciones en ventas de hasta un 70%, principalmente en delegaciones donde había afectaciones en temas de movilidad y percepción de seguridad”, advirtió, al referirse a entidades como Colima y Puebla.
- “El nivel de disrupción observado podría representar pérdidas diarias de entre 260 y 520 millones de pesos”, estimó el consultor, considerando tanto la caída en ventas como los costos indirectos que enfrenta el sector.

FUENTE

<https://www.eleconomista.com.mx/bistronomie/sector-restaurantero-prioriza-seguridad-jalisco-cierra-90-restaurantes-canirac-20260224-801244.html>



Guadalajara es golpeada por la violencia del CJNG a casi 100 días del Mundial 2026.

Publicado: el 24 febrero 2026.

Por: AFP

Guadalajara y sus alrededores, el área metropolitana con más desaparecidos de todo México, se blindaba con tecnología punta para proteger el Mundial cuando la muerte de "El Mencho" el domingo a manos del ejército ha exacerbado el temor por la seguridad.

Guadalajara y sus alrededores, el área metropolitana con más desaparecidos de todo México, se blindaba con tecnología punta para proteger el Mundial de fútbol 2026 cuando la muerte de Nemesio Oseguera Cervantes, "El Mencho", líder del Cártel Jalisco Nueva Generación (CJNG), el domingo a manos del ejército ha exacerbado el temor por la seguridad.

El gobierno de Jalisco se prepara con drones, inhibidores de aeronaves no tripuladas y videovigilancia con inteligencia artificial para garantizar la seguridad en Guadalajara, su capital estatal y sede de cuatro partidos del Mundial, que se jugará en tres países -México, Estados Unidos y Canadá- y comienza el 11 de junio.

Pero a 109 días del inicio de la competición, el domingo, el poderoso Cartel Jalisco Nueva Generación (CJNG) desató una ola de violencia en varios puntos del país que golpeó a la ciudad con bloqueos de carreteras, quemas de vehículos, ataques a gasolineras, bancos y comercios, causando preocupación y amenazando con aguar la fiesta.

Fue su reacción a la muerte de su líder, "El Mencho", a manos de los militares durante una operación destinada a detenerlo.

La violencia llevó a suspender dos partidos el domingo en Jalisco y otro en Querétaro, en el centro de México.

Guadalajara, además, albergará junto a Monterrey el torneo de repesca que a finales de marzo definirá las dos últimas selecciones clasificadas a la mayor cita del balompié.

Una portavoz de la FIFA dijo a la AFP que por ahora el organismo no desea hacer comentarios sobre la seguridad en la próxima sede mundialista.

"No hay nada que festejar"

Tras la muerte del capo, las calles de Guadalajara lucían el lunes semivacías y muchos comercios permanecieron cerrados, mientras que las clases fueron suspendidas en Jalisco y una decena de estados más.

La violencia de la víspera puso de manifiesto la amplia movilización de que es capaz el poderoso CJNG.



Con 12,575 desaparecidos, según cifras oficiales, Jalisco es uno de los estados más golpeados por esta lacra tan mexicana. Más de la mitad de esos reportes corresponden a Guadalajara y su área metropolitana, la segunda mayor ciudad del país.

Creo que no hay nada que festejar, me parece muy grotesco" que se realice esta fiesta futbolera, dice a la AFP Carmen Ponce, de 26 años, quien busca a su hermano Víctor Hugo, desaparecido en 2020.

En septiembre, Ponce localizó junto a un terreno polvoriento 16 bolsas de plástico enterradas con restos humanos de cinco personas. "El país festeja goles mientras nosotros estamos en campo buscando", lamenta.

Carmen Chinas, académica de la Universidad de Guadalajara, sostiene que "la principal hipótesis" detrás de las desapariciones es el reclutamiento forzado para grupos criminales. Las víctimas suelen ser jóvenes de escasos recursos, indicó.

En su búsqueda, los familiares de desaparecidos han hallado en este estado cerca de 300 de fosas clandestinas con cadáveres y restos mutilados.

¿Se recuperará la tranquilidad?

Tres días antes de la muerte de "El Mencho", Roberto Alarcón, coordinador general estratégico de Seguridad del estado, aseguraba a la AFP que "Jalisco y particularmente la zona metropolitana de Guadalajara, donde habrá de llevarse a cabo el cotejo deportivo, está en paz".

¿Recuperará la tranquilidad antes del comienzo de la Copa del Mundo?

Desde las instalaciones del Centro de Monitoreo y Emergencias de Zapopan, municipio donde se ubica el Estadio Akron, palco de los juegos mundialistas, Alarcón explicaba que cuentan con "drones", equipo "antidrones para cubrir el espacio aéreo", helicópteros y cámaras de videovigilancia para resguardar la urbe.

Las cámaras de videovigilancia aumentarán de 7,000 a 13,000, precisa por su parte Juan Carlos Contreras, director general del centro de control de vigilancia estatal.

Hasta ahora, las autoridades de Jalisco estaban más preocupadas por el "riesgo" de que posibles protestas de los colectivos de buscadores perturbasen la paz de la ciudad durante el Mundial.

Pero la violencia desatada por la muerte de Oseguera reavivó el temor entre los habitantes de Guadalajara.

"Va a haber muchos problemas (durante el Mundial) porque no estamos seguros nadie. Ahora tienen que brindar seguridad a todos los que vienen a jugar y a los que vienen a disfrutar y a ver el Mundial", dijo a la AFP Juan Soler, jubilado.

Missael Robles, guía turístico de Guadalajara, explicó que desde que estalló la violencia el domingo tuvo que cancelar unos 25 tours a poblados cercanos.



DATOS DUROS

- Con 12,575 desaparecidos, según cifras oficiales, Jalisco es uno de los estados más golpeados por esta lacra tan mexicana.
- Las cámaras de videovigilancia aumentarán de 7,000 a 13,000, precisa por su parte Juan Carlos Contreras, director general del centro de control de vigilancia estatal.
- Missael Robles, guía turístico de Guadalajara, explicó que desde que estalló la violencia el domingo tuvo que cancelar unos 25 tours a poblados cercanos.

FUENTE

<https://www.eleconomista.com.mx/deportes/guadalajara-golpeada-violencia-cjng-100-dias-mundial-20260224-801388.html>

CNET presenta Plan de Trabajo 2026-2027 y nombra nuevo Comité Ejecutivo.

Publicado: el 24 febrero 2026.

El Consejo Nacional Empresarial Turístico (CNET) llevó a cabo su Asamblea General Ordinaria Anual, presidida por primera vez por su actual presidente, Antonio Cosío Pando, quien presentó el Plan de Trabajo 2026-2027 y nombró a su nuevo Comité Ejecutivo.

A la Asamblea asistieron como invitados de honor, la titular de la Secretaría de Turismo del Gobierno federal (Sectur), Josefina Rodríguez Zamora; el presidente del Consejo Coordinador Empresarial (CCE), José Medina Mora; la presidenta y CEO del WTTC, Gloria Guevara; y el titular del Fonatur, Sebastián Ramírez, entre otras personalidades.

Durante la sesión se formalizaron importantes alianzas con el Fondo Nacional de Fomento al Turismo (Fonatur); con la Asociación de Secretarías y Secretarios de Turismo de México (Asetur); así como con la Fundación México SOS; dichos convenios son fundamentales para fortalecer la seguridad y el desarrollo de los destinos turísticos.

Asimismo, Cosío Pando dio la bienvenida a cuatro nuevos miembros de la Asamblea General: el Consejo Mexicano Vitivinícola; la Asociación Mexicana de Hoteles y Moteles; la Corporación Interamericana de Entretenimiento y Ocesa; y el Grupo Hotelero Ostar.

El Comité Ejecutivo del CNET está conformado por los siguientes vicepresidentes: Juan Domingo Beckmann, CEO de José Cuervo; Carlos Berdegúé Sacristán, presidente de El Cid Resorts; José Chapur Zahoul, presidente de The Palace Company; Andrés Chico Hernández, Co-presidente de RLH Properties; Germán González Bernal, CEO de Mayson Kayser México y España; Aurelio Pérez Alonso, director general adjunto de ADO; y Eduardo Sánchez Navarro, presidente ejecutivo de Grupo Questro.

Para dar seguimiento puntual del sector, el CNET nombró a Ana Patricia de la Peña, como Tesorera; a Malula Prieto, como Presidenta Ejecutiva; a Fernando Galindo, como Secretario; a Cristina Alcayaga, al frente de la Comisión de Relaciones Institucionales y Derechos Humanos; a Carlos Constandse, en la Comisión de Medio Ambiente y Turismo Comunitario; a Jorge Paoli, en la Comisión de Información y Análisis Turístico; y a Alejandro Soberón, en la Comisión de Turismo de Entretenimiento.

Durante la Asamblea, Antonio Cosío Pando, presidente del CNET, expuso los objetivos del CNET, los cuales se centran en cuatro ejes: Turismo Seguro; Turismo Digital; Turismo Regenerativo; y Gobernanza Sectorial.

Explico que a través del eje de Turismo Seguro se busca garantizar confianza para inversión y viajeros; fortalecer seguridad en destinos y capacidad de reacción ante incidentes; crear protocolos nacionales ante desastres naturales;



proteger la imagen internacional del país mediante comunicación de crisis; y tener interlocución con embajadas para evitar alertas de viaje.

Dentro del eje de Turismo Digital se pretende modernizar el ecosistema turístico; reducir cargas regulatorias y agilizar inversiones; digitalizar trámites y procesos normativos; crear una plataforma privada de promoción complementaria a VisitMexico; e implementar una plataforma de monitoreo de indicadores y percepción turística.

Como parte del Turismo Regenerativo, impulsar el turismo sostenible con comunidades locales; crear sinergias mediante un Foro de Fundaciones Turísticas; participar en proyectos de Destinos Inteligentes con el Fonatur; e impulsar la evolución del discurso para pasar del turismo extractivo, al turismo con impacto social positivo.

A través del eje de Gobernanza Sectorial buscará integrar capítulos estatales al programa nacional; capacitar voceros empresariales; tener coordinación con autoridades y organismos internacionales; e impulsar la incorporación del CNET al World Travel & Tourism Council a partir del 2026.

Sectur, CCE y WTTC expresan su respaldo al CNET

Durante la Asamblea, Josefina Rodríguez Zamora, titular de la Secretaría de Turismo federal (Sectur), anunció una estrategia de promoción turística de México en la que, por un lado, la dependencia absorberá el gasto de la participación del país en ferias internacionales, y por otro, impulsará la promoción digital y escrita y en medios, con el objetivo de atraer a un mayor número de turistas internacionales a nuestro país durante 2026.

“Tenemos un año histórico en 2026 con promoción turística porque vamos a seguir consolidando nuestros mercados emisores, trabajando con cada uno de los estados y de sus equipos de promoción, porque vamos a homologar la promoción turística.

“La Secretaría de Turismo va a absorber el gasto de las ferias internacionales que es muy importante para los estados porque gastan mucho dinero, entonces, o llevan a tour operadores o gastan en la participación de una feria; hoy eso la Secretaría de Turismo lo va a absorber.

“Y entramos en un tema de Estados Unidos y Canadá con una estrategia de promoción con empresas, promoción digital, promoción escrita, medios, que nosotros podamos tener este manejo, estas noticias de lo que pasa en nuestro país, se tiene que hablar allá de manera correcta, tenemos que ganarles la narrativa”, señaló la funcionaria.

Agregó que dicha estrategia dará inicio en marzo, y estará a cargo del titular de la Unidad de Promoción, Manuel Aguíñiga.

“Estos dos mercados (Estados Unidos y Canadá), les aseguro que tendremos promoción los 365 días del año y contundente”, recalcó Rodríguez Zamora.



La Secretaria destacó que el sector turístico es un gremio muy unido, y agradeció al CNET el haberle abierto las puertas hace más de 2 años.

“Aquí nos une una sola cosa: tener más turistas; mayor ocupación hotelera; y generar mayor derrama económica para cada una de sus empresas, para todas y cada una de las comunidades que están involucradas, y para los estados”, destacó.

En su intervención, el presidente del Consejo Coordinador Empresarial (CCE), José Medina Mora, invitó a los miembros del CNET a seguir invirtiendo en México, y a participar del proceso de revisión del T-MEC.

“Esta es la invitación que hago a ustedes, empresarios del sector turismo, a que sigan invirtiendo en México, sigámosle apostando a México, y a que participen también con el CCE en el proceso de revisión del T-MEC, y de incorporar en sus cadenas de proveeduría a micro y pequeños negocios para efectos de que logremos una sola economía”, destacó Medina Mora.

Por su parte, Gloria Guevara, presidenta y CEO del World Travel & Tourism Council (WTTC), destacó la alianza estratégica que este organismo internacional mantiene con el CNET.

A través de esta alianza, dijo, se están compartiendo las mejores prácticas en el mundo; se amplifica la voz de México a nivel global; se promueve la colaboración público/privada y entre los miembros del Consejo; se apoyan mejores políticas públicas; se apoya sus planes de trabajo para hacer México Top 5; y se facilita y fortalece la atracción de inversión para el sector.

Destacó que en lo que refiere al porcentaje de llegadas internacionales a la región de Norteamérica, sólo México registró crecimiento, con 7.4%, con respecto a 2019.

“El único país que estamos creciendo somos nosotros, muchas felicidades por la labor de todos ustedes, y somos los que estamos levantando realmente a la región; estamos mejor que antes de la pandemia.

“Por mucho, México es la potencia de la región, hay que seguir creciendo y mantener esos nuevos números”, resaltó la presidenta y CEO del WTTC.

Durante la Asamblea, el CNET firmó con Fonatur un convenio de colaboración con dos objetivos; el primero es impulsar la digitalización de los Destinos Turísticos Inteligentes (DTIs), y el segundo, generar un diagnóstico para identificar los obstáculos que existen actualmente para generar inversión en el sector turístico.

Sebastián Ramírez, director general de Fondo Nacional de Fomento al Turismo (Fonatur), destacó que el primer destino a digitalizar será Cancún, donde este año se empezará con la metodología.

“Ya acordamos que el primero destino donde avancemos sea Cancún y vamos a empezar este año con la metodología, y vamos a elegir más destinos para digitalizar, es una inversión que requiere nuestros destinos.



“El otro objetivo del convenio es el impulso a la inversión; realizaremos un diagnóstico para identificar cuáles son los obstáculos concretos que tiene el sector empresarial para poder concretar y ejecutar inversiones, y que en conjunto se le llevarán a la presidenta Claudia Sheinbaum”, destacó Ramírez.

Bernardo Cueto, secretario de Turismo de Quintana Roo y presidente de la Asociación de Secretarías y Secretarios de Turismo de México, también firmó un convenio de colaboración para la promoción turística con el CNET.

“Este convenio es muy relevante porque ya iniciamos conversaciones para generar un piso parejo en las regulaciones estatales, porque muchas de ellas están dispares con respecto a las plataformas digitales de hospedaje y otros aspectos, y queremos trabajar para que haya un piso parejo, y en todos los estados vayamos homologando ciertos criterios que nos va a permitir tener mayor competitividad en los destinos turísticos.

“Queremos impulsar la Marca México desde los estados con los recursos estatales, y para ello planteamos buscar que a través del espacio de Asetur podamos encontrar un mecanismo de promoción que sea transparente y útil en términos reales”, resaltó Cueto.

FUENTE

<https://inversion-turistica.com/2026/02/24/cnet-presenta-plan-de-trabajo-2026-2027-y-nombra-nuevo-comite-ejecutivo/>

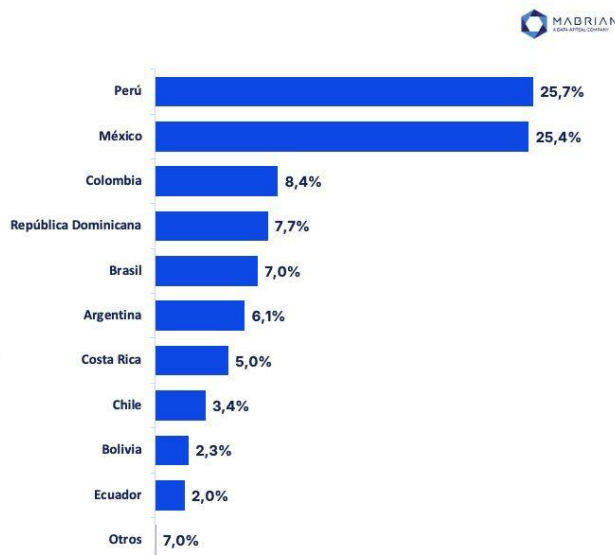
El mapa de las experiencias en América Latina se redefine: Perú y México concentran más de la mitad del mercado online.

Publicado: el 24 febrero 2026.

Perú y México, potencias del mercado de experiencias de América Latina

Distribución de la oferta de actividades y experiencias en América Latina y el Caribe: 10 países con mayor volumen de oferta
Experiencias disponibles en plataformas online.

Fecha: Agosto a Diciembre 2025



Fuente: Mabrian Travel Intelligence & The Data Appeal Company

 DATA
APPEAL
ALMABRIAN GROUP

El turismo ya no se vende solo en habitaciones ni en boletos de avión. Se vende en emociones, en actividades, en vivencias que el viajero puede reservar con un clic antes incluso de aterrizar en destino. Y en ese tablero digital, América Latina muestra una concentración clara: Perú y México dominan el mercado regional de experiencias turísticas online.

Un análisis reciente de Mabrian by Data Appeal, que estudia la oferta disponible en plataformas como Civitatis y GetYourGuide durante los últimos seis meses, revela que ambos países concentran más del 50% de las actividades turísticas comercializadas en línea en América Latina y el Caribe.

Perú lidera con 25,7% de la oferta total, seguido muy de cerca por México con 25,4%. Juntos no solo encabezan el ranking: marcan la pauta regional en la economía de las experiencias.

Detrás aparecen Colombia (8,4%), República Dominicana (7,7%) y Brasil (6,1%), junto con Argentina (6,1%), Costa Rica (5%), Chile (3,4%), Bolivia (2,3%) y Ecuador (2%). El contraste es evidente: el liderazgo está altamente concentrado.

Pero el dato no solo habla de dominio. También revela oportunidad.

Carlos Cendra, Director de Marketing y Comunicación de Mabrian, apunta que los grandes destinos latinoamericanos todavía tienen margen para expandir y descentralizar su oferta, extender la demanda a lo largo del territorio y dinamizar economías locales más allá de los polos tradicionales.



Y ahí está la clave estratégica: la experiencia como herramienta de redistribución turística.

Cultura y aventura: el ADN actual del mercado

Si algo caracteriza la oferta regional es su fuerte componente cultural. Las experiencias vinculadas al patrimonio, las artes y las tradiciones representan 36,9% de los anuncios disponibles en las plataformas analizadas.

El turismo activo ocupa el segundo lugar con 32%, mientras que las actividades en la naturaleza alcanzan 14,9%. La gastronomía representa 11,2% de la oferta y los planes asociados al sol y playa apenas 3%.

El resto —compras, vida nocturna, bienestar y actividades familiares— apenas suma 2%.

La radiografía es clara: América Latina vende historia, paisajes y adrenalina. Pero todavía explota poco segmentos como wellness, entretenimiento nocturno o propuestas familiares estructuradas.

La demanda confirma la tendencia... y señala oportunidades

Lo interesante es que los intereses de los viajeros están bastante alineados con la oferta disponible.

Las experiencias culturales concentran 40,1% de las reseñas de visitantes. El turismo activo suma 23% y la naturaleza 17,1%, confirmando que el viajero busca actividades al aire libre, pero también experiencias menos intensivas y más contemplativas.

La gastronomía representa 16% del total de reseñas, un dato que no pasa desapercibido. Si bien la oferta culinaria aún es menor frente a otros segmentos, el interés del viajero sugiere margen para crecer, profesionalizar y empaquetar mejor este tipo de experiencias.

Lo mismo ocurre con la vida nocturna y propuestas urbanas, donde la oferta todavía es limitada frente al potencial de muchas capitales latinoamericanas.

Especialización: el siguiente paso

El mensaje de fondo no es solo estadístico, es estratégico. El mercado global de experiencias crece con rapidez y se convierte en uno de los motores de diferenciación competitiva de los destinos.

Para Mabrian, el reto está en diversificar y especializar por país, construyendo propuestas que respondan a viajeros más curiosos, exigentes y orientados a vivir el estilo de vida local de manera auténtica.



En un contexto donde la percepción, la sostenibilidad y la distribución territorial del turismo pesan cada vez más, la oferta de actividades deja de ser complemento y se convierte en eje estructural de la estrategia turística.

Perú y México hoy lideran el mapa regional. La pregunta que deja el estudio es si el resto de América Latina aprovechará la oportunidad para equilibrar el tablero... o si la concentración seguirá marcando el ritmo del mercado.

DATOS DUROS

- Perú lidera con 25,7% de la oferta total, seguido muy de cerca por México con 25,4%. Juntos no solo encabezan el ranking: marcan la pauta regional en la economía de las experiencias.
- Detrás aparecen Colombia (8,4%), República Dominicana (7,7%) y Brasil (6,1%), junto con Argentina (6,1%), Costa Rica (5%), Chile (3,4%), Bolivia (2,3%) y Ecuador (2%). El contraste es evidente: el liderazgo está altamente concentrado.
- Si algo caracteriza la oferta regional es su fuerte componente cultural. Las experiencias vinculadas al patrimonio, las artes y las tradiciones representan 36,9% de los anuncios disponibles en las plataformas analizadas.
- El turismo activo ocupa el segundo lugar con 32%, mientras que las actividades en la naturaleza alcanzan 14,9%. La gastronomía representa 11,2% de la oferta y los planes asociados al sol y playa apenas 3%.
- Las experiencias culturales concentran 40,1% de las reseñas de visitantes. El turismo activo suma 23% y la naturaleza 17,1%, confirmando que el viajero busca actividades al aire libre, pero también experiencias menos intensivas y más contemplativas.
- La gastronomía representa 16% del total de reseñas, un dato que no pasa desapercibido. Si bien la oferta culinaria aún es menor frente a otros segmentos, el interés del viajero sugiere margen para crecer, profesionalizar y empaquetar mejor este tipo de experiencias.

FUENTE

<https://pasilloturistico.com/el-mapa-de-las-experiencias-en-america-latina-se-redefine-peru-y-mexico-concentran-mas-de-la-mitad-del-mercado-online/>

AICM reforzó seguridad; operó sin contratiempos.

Publicado: el 24 febrero 2026.

Por César Arellano García

En un recorrido por las terminales 1 y 2 se apreciaron elementos navales armados y de la SSC de la CDMX.

El Aeropuerto Internacional de la Ciudad de México (AICM) reforzó la seguridad en sus instalaciones, incluso con binomios caninos, luego de que integrantes del Ejército Mexicano abatieron el domingo a Nemesio Rubén Oseguera Cervantes, El Mencho, capo del cártel Jalisco Nueva Generación (CJNG).

En la actualidad hay un promedio de 5 mil 800 elementos de seguridad en los tres turnos, entre privados, policía auxiliar, protección federal y Marina. Ayer el aeropuerto informó que operó con regularidad, aunque en la mañana registró 58 vuelos cancelados y 11 demorados, estimando una afectación de 11 mil 100 pasajeros.

Al recorrer las terminales 1 y 2 se observaron elementos navales y de la Secretaría de Seguridad Ciudadana (SSC) de la Ciudad de México armados.

El AICM es la principal puerta de entrada a la capital del país para visitantes nacionales y extranjeros, además de punto estratégico para negocios y conectividad con el mundo. Pero no sólo eso, es la zona más importante de la red aeroportuaria nacional, ya que interconecta a toda la República.

En sus edificios concurren en promedio entre 250 y 300 mil personas cada día, y ocupa más de 30 mil trabajadores de diferentes instituciones, incluidos prestadores de servicio, seguridad privada y tiendas; adicionalmente se encuentran empleados que en este momento realizan obras de remodelación.

Tras la muerte de El Mencho, la terminal aérea informó que las áreas operativas y terminales, así como los accesos viales al aeropuerto, se encontraban abiertos y funcionaba con normalidad.

Añadió que la mayoría de los vuelos nacionales e internacionales con origen y destino en este aeropuerto operaban conforme a sus itinerarios programados. No obstante, algunas aerolíneas, por decisión propia, realizaron ajustes en los horarios de determinados vuelos.

Indicó que cuenta con un estado de fuerza compuesto por aproximadamente 5 mil elementos, integrado por personal de la Unidad Naval de Protección Aeroportuaria de la Secretaría de Marina, Servicio de Protección Federal y Secretaría de Seguridad Ciudadana de la Ciudad de México, así como por corporaciones de seguridad privada.

Afirmó que en el resto de los aeropuertos de la Red Marina, de igual manera se robustecieron las medidas de seguridad, operando hasta el momento con



normalidad, y manteniendo una comunicación y coordinación permanente con autoridades federales y locales.

DATOS DUROS

- En la actualidad hay un promedio de 5 mil 800 elementos de seguridad en los tres turnos, entre privados, policía auxiliar, protección federal y Marina.
- Ayer el aeropuerto informó que operó con regularidad, aunque en la mañana registró 58 vuelos cancelados y 11 demorados, estimando una afectación de 11 mil 100 pasajeros.
- Al recorrer las terminales 1 y 2 se observaron elementos navales y de la Secretaría de Seguridad Ciudadana (SSC) de la Ciudad de México armados.
- En sus edificios concurren en promedio entre 250 y 300 mil personas cada día, y ocupa más de 30 mil trabajadores de diferentes instituciones, incluidos prestadores de servicio, seguridad privada y tiendas; adicionalmente se encuentran empleados que en este momento realizan obras de remodelación.

FUENTE

<https://www.jornada.com.mx/2026/02/24/politica/008n1pol>



Denuncian robos y red de extorsión en zona arqueológica de Teotihuacan.

Publicado: el 24 febrero 2026.

Prestadores de servicios turísticos de la zona arqueológica de Teotihuacan, estado de México, denunciaron que presuntos extorsionadores los han intimidado, amenazado y exigido pagos para dejarlos trabajar; además de que ofrecen *tours* apócrifos a los pasantes para robarlos.

Aseguraron que han recurrido al director de la zona arqueológica, Rogelio Rivero Chong, y con el director de Gobierno regional Óscar Gustavo García Lagunes, sin que a la fecha se tengan medidas efectivas para frenar la situación.

El tema ya fue expuesto en las mesas de La Paz para contar con el apoyo de la Guardia Nacional, así como de las policías estatal y municipal, pero no han tenido respuesta favorable.

Incluso, algunos funcionarios han dicho a los afectados que se incorporen a “sindicatos” para que sean protegidos.

Ante el riesgo de que las amenazas escalen a agresiones físicas, exigieron la intervención de la gobernadora Delfina Gómez y de la presidenta Claudia Sheinbaum.

De acuerdo con los denunciantes, un grupo de sujetos armados acude a las entradas del sitio arqueológico para amedrentar a quienes ofrecen servicios a los paseantes, ya sea de restaurantes, paseos en moto u otros recorridos.

Explicaron que este grupo comenzó su actividad delictiva en julio pasado primero ofreciendo recorridos apócrifos para robar a los turistas.

Agregaron que ahora comúnmente arriban entre 15 y 20 sujetos armados que amedrentan a los prestadores de servicios.

Presumen “protección de un líder sindical”

Explicaron que los presuntos delincuentes se ostentan como protegidos de un líder sindical de la zona y algunos de ellos alardean tener familiares en la fiscalía que los protegen.

Los quejosos advirtieron que la situación podría afectar la imagen internacional del destino turístico, sobre todo ante la expectativa de visitantes por la Copa Mundial de la FIFA 2026, acto que prevé un incremento de turistas extranjeros en México.

Añadieron que el clima de inseguridad persiste en comunidades aledañas a San Martín de las Pirámides, por ello temen que la problemática escale si no se instauran acciones de vigilancia y en los accesos al sitio arqueológico.



CAMARA DE COMERCIO
SERVICIOS Y TURISMO
CIUDAD DE MEXICO

FUENTE

<https://www.jornada.com.mx/2026/02/24/estados/029n1est>

Usuarios que dan mal uso al Parque México incrementan su deterioro.

Publicado: el 24 febrero 2026.

Por: Mara Ximena Pérez

La falta de coordinación entre autoridades para el mantenimiento del Parque México, así como el incumplimiento de su reglamento por parte de los visitantes en los pasados ocho años, ha deteriorado de manera visible esta área verde de la colonia Hipódromo, en la alcaldía Cuauhtémoc. Apenas una decena de trabajadores –que se ven rebasados– asumen las labores de jardinería, mantenimiento del lago, control de plagas y cuidado de árboles.

Durante un recorrido se constató el desgaste de las bancas –que están por cumplir un siglo–; usuarios señalaron que las varillas expuestas y partes rotas evidencian su “deterioro mortal” y que “quienes deben hacer las restauraciones son personas certificadas”. Además, muchas son ocupadas día y noche por adultos en situación de calle, lo que impide su uso regular.

Otras infraestructuras dañadas son los tableros destinados a la señalética, que ahora están cubiertos por toda clase de publicidad.

Carlos, nombre ficticio para resguardar su identidad por temor a represalias, y que ha trabajado 18 años en el parque, explicó que al menos 20 mamparas están saturadas con anuncios de los restaurantes de la zona: “pegan ofertas de todo tipo”.

Canes andan sin correa o son amarrados a arbustos

Aunque las baldosas del reglamento expuesto en 1927 exponen mensajes como “agradecemos a usted nos comunique cualquier mal uso o maltrato que se le dé a este parque”, se encuentran maltratadas y con rayones. Pese a estar prohibido, también es común ver decenas de perros sin correa, heces sin recoger y mascotas amarradas a árboles y arbustos, prácticas que, según el personal, dañan la vegetación.

“Cuando se llama la atención a usuarios responden: ‘para eso te pagan’”, expuso Carlos. Al lugar llegan con más de una decena de perros sin correa; algunos cuidadores incluso los amarran a árboles, arbustos y plantas que terminan dañadas. “Ya acabaron con las plantas y la ciudadanía no apoya eso (cuidar las áreas verdes)”.

A eso se suma que en el espejo de agua artificial donde habitan patos y gansos se han registrado al menos 64 muertes de ejemplares derivadas de agresiones caninas y manejo inadecuado de usuarios. La eliminación de tlacuaches, frecuentemente confundidos con ratas, también ha alterado el equilibrio natural y favorecido la presencia de fauna nociva.

Un comerciante de la zona explicó que “la gente que no recoge su basura, las heces de sus perros principalmente, es lo que llama a los roedores”. Para



combatir su proliferación se han instalado dispositivos de control con veneno no dañino para perros; sin embargo, muchos visitantes los retiran por desconocimiento.

También el deterioro de los juegos infantiles es evidente, así como la fuente monumental, que desde la administración de Sandra Cuevas está sin funcionar.

FUENTE

<https://www.jornada.com.mx/2026/02/24/capital/033n1cap>

Francia rompe récord turístico en 2025: 102 millones de visitantes y 77.500 millones de euros en ingresos.

Publicado: el 24 febrero 2026.

Francia no solo defendió su título como el país más visitado del mundo en 2025. Lo fortaleció.

Con 102 millones de turistas internacionales, dos millones más que en 2024, el país europeo confirmó que su liderazgo no es coyuntural, sino estructural. Pero más allá del volumen, el dato que realmente redefine el tablero turístico global es otro: 77.500 millones de euros en ingresos internacionales, un crecimiento del 9% respecto al año anterior, cifra que marca un récord histórico para el destino.

El saldo positivo en la balanza de pagos alcanzó 20.100 millones de euros, consolidando al turismo como uno de los motores económicos más sólidos del país.

“El turismo es una apuesta ganadora... debemos estar orgullosos y seguir siéndolo”, declaró Serge Papin, ministro francés de Turismo, durante la presentación oficial del balance.

Más visitantes... pero, sobre todo, más rentabilidad

El crecimiento no se limitó al volumen. Francia logró algo que muchos destinos persiguen sin éxito: elevar el ingreso por visitante.

En 2025 el país recibió 102 millones de turistas internacionales, frente a 100 millones en 2024. Los mercados europeos siguen siendo fundamentales — Alemania, Bélgica y Reino Unido lideran— mientras que el mercado estadounidense mostró un crecimiento superior al 10%.

Este desempeño llega después de un 2024 también extraordinario, marcado por los Juegos Olímpicos y Paralímpicos y la reapertura de Notre-Dame de París. Sin embargo, el gobierno francés insiste en que el dinamismo no depende únicamente de grandes eventos, sino de una estrategia estructural enfocada en diversificación y valor agregado.

Entre los ejes que han impulsado los resultados destacan:

- Desarrollo del turismo de “saber hacer”.
- Impulso al enoturismo.
- Crecimiento del agroturismo.

El objetivo es claro: alcanzar 100.000 millones de euros en ingresos turísticos en 2030.

México acelera en las reservas hacia Francia



De cara a 2026, las señales son alentadoras desde el primer trimestre. Las reservas aéreas internacionales a tres meses muestran un crecimiento significativo y, en el caso de México, el incremento alcanza el +19%.

El dato no es menor. México se consolida como un mercado emisor estratégico hacia Francia, lo que abre oportunidades para el diseño de producto premium, cultural y de experiencias especializadas.

En Europa, España también muestra dinamismo con un +8% en reservas, mientras que los destinos de montaña proyectan un aumento en tasas de ocupación para la temporada 2025/2026.

Liderazgo con nueva bandera: sostenibilidad

Francia no quiere ser solo el país más visitado. Quiere ser el referente global en turismo sostenible.

Entre las prioridades anunciadas por el ministro destacan:

- Reducción del consumo de agua.
- Seguimiento de la huella de carbono.
- Protección de la biodiversidad.
- Mejor gestión de flujos turísticos.
- Desarrollo de sellos de accesibilidad y sostenibilidad.

El país también prepara una misión estratégica para analizar las tendencias del sector en los próximos diez años, además de impulsar la atracción de talento con más de 2.000 eventos en el marco de la Semana de las Profesiones del Turismo 2026.

Francia demuestra que el liderazgo turístico del siglo XXI no se mide únicamente en llegadas, sino en ingreso, estrategia y posicionamiento a largo plazo.

Mientras muchos destinos celebran recuperación, Francia habla de récord histórico y proyecta una meta clara hacia 2030.

El debate que queda en el aire para el resto del mundo es inevitable:

¿Quién está creciendo en volumen... y quién está creciendo en valor?

DATOS DUROS

- Francia rompe récord turístico en 2025: 102 millones de visitantes y 77.500 millones de euros en ingresos.
- Con 102 millones de turistas internacionales, dos millones más que en 2024, el país europeo confirmó que su liderazgo no es coyuntural, sino estructural. Pero más allá del volumen, el dato que realmente redefine el tablero turístico global es otro: 77.500 millones de euros en ingresos internacionales, un crecimiento del 9% respecto al año anterior, cifra que marca un récord histórico para el destino.



- El saldo positivo en la balanza de pagos alcanzó 20.100 millones de euros, consolidando al turismo como uno de los motores económicos más sólidos del país.
- En 2025 el país recibió 102 millones de turistas internacionales, frente a 100 millones en 2024. Los mercados europeos siguen siendo fundamentales —Alemania, Bélgica y Reino Unido lideran— mientras que el mercado estadounidense mostró un crecimiento superior al 10%.
- El objetivo es claro: alcanzar 100.000 millones de euros en ingresos turísticos en 2030.
- El país también prepara una misión estratégica para analizar las tendencias del sector en los próximos diez años, además de impulsar la atracción de talento con más de 2.000 eventos en el marco de la Semana de las Profesiones del Turismo 2026.

FUENTE

<https://pasilloturistico.com/francia-rompe-record-turistico-en-2025-102-millones-de-visitantes-y-77-500-millones-de-euros-en-ingresos/>



México crece sin un gran aparato de promoción nacional... pero podría crecer más: WTTC.

Publicado: el 23 febrero 2026.

México es hoy el país que lidera el crecimiento turístico en Norteamérica y uno de los mercados más dinámicos del mundo. El turismo representa 15% del PIB nacional, muy por encima del promedio global (10%), con una contribución cercana a 281 mil millones de dólares y alrededor de 8 millones de empleos vinculados directa e indirectamente al sector.

Las cifras no son menores. Se dan en un contexto donde Norteamérica es la única región que aún muestra rezagos frente a 2019. México no solo recuperó sus niveles prepandemia: los superó.

En ese escenario, la pregunta inevitable es: ¿cómo lo está logrando sin un modelo federal robusto de promoción como el que existía en el pasado?

Durante su visita a México, la presidenta y CEO del World Travel & Tourism Council (WTTC), Gloria Guevara, trazó un panorama del turismo global y puso sobre la mesa los desafíos y oportunidades que enfrenta nuestro país.

“El crecimiento no depende de un solo factor. Si solo inviertes en promoción y no tienes visados, producto o infraestructura, no hay crecimiento”, señaló.

La declaración no evade el tema. Lo coloca en contexto.

México crece por una combinación de elementos: política de visados, diversificación de segmentos, coordinación público-privada, infraestructura y promoción —aunque hoy esta última sea principalmente impulsada por los estados.

La promoción existe. Es descentralizada.

Los estados han asumido un rol activo en mercados estratégicos y en ferias internacionales como FITUR, donde se concretan acuerdos comerciales que posteriormente se traducen en llegada de turistas.

Pero Guevara también dejó claro otro punto clave: México podría crecer más si hubiera mayor inversión coordinada en promoción.

La promoción no es el único motor. Pero sí es un acelerador.

En un entorno global donde el turismo crece a un ritmo superior al de la economía mundial —6.7% frente a un promedio económico cercano al 3%—, competir implica visibilidad, segmentación y narrativa.

México tiene activos poderosos: cultura, gastronomía, hospitalidad, diversidad natural. El producto está. La demanda existe. La inversión fluye. El país está entre los cinco con mayor captación de inversión turística a nivel mundial.



Lo que falta es una promoción más alineada y estratégica a nivel nacional que permita capitalizar plenamente ese potencial.

El modelo actual funciona. Las cifras lo demuestran. Pero si el objetivo es escalar posiciones globales y aspirar al top cinco mundial, la promoción no puede ser un componente secundario.

Debe ser parte central de la estrategia.

Porque México ya demostró que puede crecer sin un gran aparato federal de promoción.

La pregunta ahora es cuánto más podría crecer si lo tuviera.

FUENTE

<https://pasilloturistico.com/mexico-crece-sin-un-gran-aparato-de-promocion-nacional-pero-podria-crecer-mas-wttc/>



Activan Jalisco y Sectur plan de promoción turística 2026 para el estado.

Publicado: el 23 febrero 2026.

Para fortalecer la proyección de los destinos de Jalisco en mercados nacionales e internacionales durante 2026, se realizó una reunión de planeación estratégica entre autoridades del Gobierno del Estado y la Secretaría de Turismo del Gobierno de México.

Se presentaron las líneas de acción y el esquema operativo de promoción turística para el próximo año, con una visión de impacto sostenido a lo largo del calendario.

Durante el encuentro encabezado por Josefina Rodríguez Zamora, secretaria de Turismo; Miguel Aguiñiga Rodríguez, Titular de la Unidad de Innovación, Sustentabilidad y Profesionalización Turística; y Michelle Fridman Hirsch, titular de Sectur Jalisco, se definió una agenda de acciones de mercadotecnia, promoción y presencia en ferias especializadas, vitrinas turísticas y caravanas, para incrementar la afluencia de visitantes, tanto en el año del Mundial como de manera sostenida.

Como parte de los acuerdos, se activará la estrategia de promoción de los Pueblos Mágicos, con especial énfasis en Tequila, en congruencia con los planteamientos del Gobierno del Estado y de la Secretaría de Turismo de Jalisco con el sector empresarial del municipio, línea de trabajo que será afinada en mesas técnicas de seguimiento.

Las autoridades acordaron establecer programas y prioridades compartidas entre el Estado y la Federación para coordinar los esfuerzos institucionales, lo que permitirá optimizar recursos, ordenar calendarios de ejecución y ampliar la visibilidad de Jalisco en plataformas clave de promoción turística.

Michelle Fridman destacó la relevancia de esta colaboración interinstitucional para el posicionamiento del estado, y subrayó que el diálogo con la Secretaría de Turismo traza una ruta con visión global que impulsa la proyección de los destinos de Jalisco en el escenario nacional e internacional.

Durante la reunión, se presentaron las metas, objetivos y el plan de acción de promoción 2026 de Marca México, así como el Plan de Promoción de Jalisco 2026.

Además, se expusieron la campaña institucional “México está de moda / Mexico is a Feeling”, los Roadshows 2026, el programa de Ferias Internacionales 2026 y los avances del Tianguis Turístico México 2026.

En la sesión participaron autoridades federales y estatales, así como representantes de los fideicomisos turísticos de Guadalajara y Costalegre, y del área de mercadotecnia de la Secretaría de Turismo de Jalisco, con el objetivo de asegurar una implementación integral de la agenda de promoción y una ejecución articulada de las acciones durante 2026.



CAMARA DE COMERCIO
SERVICIOS Y TURISMO
CIUDAD DE MEXICO

FUENTE

<https://inversion-turistica.com/2026/02/23/activan-jalisco-y-sectur-plan-de-promocion-turistica-2026-para-el-estado/>

COMIR llama a la calma y reconoce actuación de instituciones de seguridad en sucesos de Jalisco.

Publicado: el 23 febrero 2026.

Luego de los acontecimientos en diferentes partes de la República Mexicana derivado de un operativo de seguridad del gobierno federal, el Consejo Mexicano de la Industria de Reuniones (COMIR) se pronunció al respecto y expresó su solidaridad con las personas y comunidades afectadas por los sucesos.

En este contexto, el COMIR:

1. Reconoce la actuación de las instituciones de seguridad y la coordinación intergubernamental para salvaguardar a la población y proteger la infraestructura y la movilidad estratégica.
2. Llama a mantener la calma y atender únicamente información oficial, evitando la desinformación y la difusión de contenidos no verificados que afectan la confianza y la toma de decisiones.
3. Reitera la importancia del Estado de Derecho y la estabilidad como condiciones indispensables para preservar la actividad económica, el empleo y la confianza de visitantes nacionales e internacionales.
4. Activa un esquema de seguimiento sectorial con sus asociaciones miembros para apoyar a organizadores, recintos y destinos en la gestión de riesgos, fortalecimiento de protocolos, comunicación coordinada y continuidad de eventos conforme a las mejores prácticas.

La industria de reuniones; congresos, convenciones, exposiciones, incentivos, bodas de destino y eventos corporativos, es un motor estratégico de inversión, empleo formal, derrama local y proyección internacional. Por ello, reiteramos que la integridad de las personas, la seguridad de los asistentes y la continuidad operativa son prioridades para el sector.

El COMIR reiteró su disposición para colaborar, desde una visión técnica y de corresponsabilidad, con autoridades, destinos, recintos y aliados estratégicos para fortalecer entornos seguros, confiables y competitivos para la Industria de Reuniones en México.

FUENTE

<https://inversion-turistica.com/2026/02/23/comir-llama-a-la-calma-y-reconoce-actuacion-de-instituciones-de-seguridad-en-sucesos-de-jalisco/>

Prevén repunte leve de vuelos por Mundial 2026.

Publicado: el 23 febrero 2026.

Por: Sara Cantera

Expertos esperan una oferta moderada de aerolíneas; la temporada vacacional y el alto costo de viajar harán que aficionados prefieran ver el evento en casa, opinan.

Pese a la gran expectativa por la celebración de la Copa Mundial de la FIFA este año en México, Estados Unidos y Canadá, especialistas descartan un incremento considerable en la capacidad aérea, pues muchos aficionados preferirán disfrutar el evento desde casa por los altos precios de las entradas a los partidos, vuelos, hospedaje y comida.

De acuerdo con la consultora en aviación OAG, regularmente los vuelos entre junio y julio van ocupados a 90% de su capacidad debido a que se presentan las vacaciones escolares en Estados Unidos y el verano en Canadá, pero el incremento de vuelos o frecuencias es modesto.

Con cifras a mediados de febrero, OAG estima un incremento de la capacidad aérea de 4% para junio y julio en Canadá.

En el caso de Estados Unidos, el mercado aéreo más grande de la región, prevé un alza de 0.6% para ambos meses.

En tanto, para México se anticipa un incremento de 1.6% en cuanto a la capacidad de las aerolíneas, pasando de 19.3 millones de asientos ofertados entre junio y julio de 2025 a apenas 19.6 millones entre el mismo lapso de este año.

“Ante la limitada capacidad adicional que ofrece el mercado, las diversas aerolíneas buscarán maximizar sus ingresos durante el Mundial.

“Sin embargo, para los aficionados la prioridad será encontrar las maneras más económicas de desplazarse entre partidos y ahorrar lo suficiente para una hamburguesa”, señala OAG mediante un reporte.

La consultora refiere que, durante el último Mundial, en Qatar, se estableció un servicio de transporte terrestre desde Dubái que permitió a muchos aficionados realizar viajes de varios días para ver los partidos, pero es poco probable que este modelo se pueda trasladar a Estados Unidos o Canadá, donde los requisitos de visado dificultan las entradas.

Y aunque las ciudades seleccionadas para albergar partidos cuentan con buenos aeropuertos y, en algunos casos, con aeropuertos con alta frecuencia y una amplia variedad de opciones de vuelos, OAG considera que el precio de los vuelos hará que muchos aficionados busquen opciones más económicas para viajar.



Francisco Madrid, director del Centro de Investigación Avanzada en Turismo Sostenible Anáhuac Cancún, dijo que las aerolíneas todavía tienen tiempo para reprogramar sus vuelos y aumentar su capacidad para esos meses, pero tampoco tienen mucho margen de maniobra y lo harán conforme perciban la demanda.

“Si se mantiene esta idea de que los crecimientos no son tan grandes, probablemente se incrementen los precios para aquellos viajeros que se están retrasando en tomar sus decisiones.

“La sensación que existe es que el movimiento que hoy se podría anticipar es más pequeño de lo que se había dicho. En algún momento, el gobierno estimaba unos 5.5 millones de turistas, y no queda claro si son turistas extranjeros o mercado nacional, pero parece muy difícil alcanzar una cifra así”, indicó.

Además, hay que considerar que en México se juegan sólo 13 partidos y hay una capacidad límite en los estadios.

“El Azteca puede recibir como a 80 mil espectadores y el de Monterrey unos 50 mil. Eso ya limita el espacio, y una gran parte del mercado es local”, agregó.

La consultora Deloitte estima que, en el mejor de los casos, llegarían 800 mil turistas a Ciudad de México, Guadalajara y Monterrey, siendo 290 mil turistas internacionales y el resto nacionales.

El requisito de visa para Estados Unidos y Canadá también puede ser un factor limitante para detonar el turismo, aunque “generalmente las personas que tienen capacidad adquisitiva para hacer un viaje de esta naturaleza y asistir a los partidos, son mejores candidatos para tener un visado o ya lo tienen”.

“Pero sí puede ser un factor el tema migratorio, todo este activismo xenófobo que hemos visto en la política del gobierno estadounidense podría ser un freno”, apuntó Madrid.

La moneda está en el aire

Por su parte, la consultora Cirium proyecta un incremento de 5.5% en la programación de asientos en rutas internacionales desde y hacia las tres ciudades sede durante junio y julio.

Hacia la Ciudad de México, considerando el Aeropuerto Internacional de la Ciudad de México y el Aeropuerto Internacional Felipe Ángeles, se tiene estimada una oferta de 3 millones 811 mil asientos, 5% más que en el mismo periodo de 2025.

Hacia Guadalajara se tiene estimado un incremento de 4.7% con un millón 310 mil asientos ofertados, y para Monterrey se tiene una proyección de 5.5% más asientos, con 5 millones 697 mil.



Madrid agregó que Volaris es la aerolínea que quizá abra más frecuencias de vuelos para el evento deportivo, pero en un rango de un solo dígito.

También es posible que haya varios vuelos charters o privados provenientes de los países cuyas selecciones jugarán en México.

Hasta el momento, los países que han confirmado uno o varios partidos por disputar en México son Sudáfrica, Corea del Sur, Colombia, Túnez, Uzbekistán, Japón, Uruguay y España.

FUENTE

<https://www.eluniversal.com.mx/cartera/preven-repunte-leve-de-vuelos-por-mundial-2026/>

Air Canada suspende temporalmente vuelos a Puerto Vallarta.

Publicado: el 22 febrero 2026.

Por: Nestor Ramírez

Air Canada informó sobre la suspensión temporal de vuelos a Puerto Vallarta, Jalisco, por la ola de violencia que se vive en la entidad, tras el asesinato de Nemesio Oseguera Cervantes, El Mencho, líder del CJNG.

Fue a través de sus redes sociales que la empresa informó acerca de esta decisión. Indicó que está monitoreando la situación que se vive en México, además que está en contacto constante con las autoridades del país.

“Se recomienda a los clientes no intentar ir al aeropuerto a menos que su vuelo esté registrado como operando en nuestra página de internet”, indicó en su mensaje. La empresa indicó que se les notificará sobre los cambios que haya en los itinerarios.

Air Canada suspende temporalmente vuelos a Puerto Vallarta

La decisión de la empresa llega instantes después de las alertas que emitieron los gobiernos de Canadá y de Estados Unidos a sus ciudadanos. En el mensaje pidieron que sigan las instrucciones de las autoridades y que eviten exponerse a situaciones que pongan en riesgo sus vidas.

Air Canada suspendió temporalmente los vuelos a Puerto Vallarta en un momento crítico, en especial luego que hay carreteras tomadas en la entidad por el asesinato de “El Mencho”. Incluso se reportaron balazos cerca del Aeropuerto de Guadalajara, uno de los principales del país.

Nemesio Oseguera Cervantes era uno de los líderes del cártel del narcotráfico a nivel internacional. Era uno de los hombres más buscados por Estados Unidos, luego que se le señala como principal artífice en el contrabando de fentanilo y otras drogas sintéticas.

El abatimiento ocurre en un marco de tensión por la relación entre México y Estados Unidos por los resultados que hay en contra del narcotráfico.

Air Canada informó este viernes que apuesta por el interés que hay en el turismo en México derivado del Mundial 2026, al grado que anunció que incrementará el 18% en su capacidad operativa hacia el país latinoamericano.

FUENTE

<https://mundoejecutivocdmx.com/turismo/air-canada-suspende-temporalmente-vuelos-a-puerto-vallarta/>

Crimen y turismo.

Publicado: el 22 febrero 2026.

Por: Francisco Madrid

Aunque en el momento en que se escribe esta columna no se cuenta con toda la información de los alcances y repercusiones del operativo implementado el día de ayer por el Gobierno Federal, que tuvo como propósito confrontar al grupo criminal denominado Cártel Jalisco Nueva Generación y en el que se habría abatido a su líder.

En los diferentes ángulos de análisis de este evento se debe incorporar el impacto sobre el sector turístico por lo que se vive en destinos como Puerto Vallarta, en el que los turistas han recibido la recomendación de permanecer en las instalaciones en las que se encuentran alojados para evitar poner en riesgo su integridad física y se han producido cancelaciones en vuelos, teniéndose que lidiar con las complicaciones que esto acarrea. Por cierto, muchos de los hoteles han adoptado una actitud correcta al exonerar o reducir de los pagos de las noches extra, producto de esta coyuntura, así como las cancelaciones de aquellos turistas programados para arribar al destino y que no lo podrán hacer.

Desde hace años los empresarios del sector turístico han hecho llamados al gobierno federal, para enfrentar de manera decidida la inseguridad que sigue estando presente en la percepción de los turistas internacionales y que constituye un freno real para muchos posible visitantes. En consecuencia, tengo la certeza de que desde el sector turístico no se escatimará el reconocimiento al Gobierno Federal por el operativo en contra de este poderosos grupo criminal y de que hay un pleno respaldo a la actuación valiente de la Presidenta de la República y de las fuerzas armadas del país.

No obstante, es por demás evidente que esta noticia y las imágenes de su cobertura se multiplicarán en los medios tradicionales y alternativos acarreando dudas sobre la certeza de visitar Vallarta y otros destinos del país en los próximos tiempos.

Es deseable que la estrategia adoptada anticipe las reacciones del grupo criminal y enfrentará los efectos de reacción que se presentarán, como los diferentes narcobloqueos reportados en las últimas horas.

Sin embargo, a falta del Consejo de Promoción Turística de México (CPTM) que tenía, entre sus tareas, activar de inmediato los mecanismos de comunicación para gestionar desde los intereses de la actividad turística, una situación como la que hoy se presenta, es indispensable (espero ya se haya activado) que la máxima autoridad en materia turística coordine las tareas del sector público y privado para transmitir información al sector sobre la situación, al tiempo de mantener contacto con la industria en los mercados emisores, atender a los viajeros varados y evitar una pérdida de confianza en los mercados turísticos,



pues si bien parece que la mayor afectación se vive en Vallarta, no se puede descartar un contagio hacia otros destinos.

También en cuanto sea posible se deberían fortalecer los esfuerzos de promoción pues seguimos en la temporada alta del mercado norteamericano y el riesgo de afectaciones mayores es real.

El martes próximo, Josefina Rodríguez, Secretaria de Turismo tiene una magnífica oportunidad de sentarse con los integrantes de la Asociación Nacional de Cadenas Hoteleras (ANCH), en ocasión de su Asamblea, a la que ya está invitada y a la que acuden Presidentes de Consejo y Directores General de los más importantes grupos hoteleros presentes en el país y en donde en diálogo con estos jugadores que constituyen la columna vertebral del sector turístico, podría comunicar o en su caso definir las estrategias tendientes a proteger a la industria, no por una concesión graciosa, sino por el papel que tiene el turismo como un instrumento real de impulso a la prosperidad compartida.

Para el análisis posterior debe quedar la necesidad de restaurar un organismo similar al CPTM, con presupuesto federal para coordinar la estrategia de promoción turística, contando con los presupuestos suficientes, recordando que jugamos en una liga de muy alto perfil en la que competidores como Turquía invierten anualmente 200 millones de euros en estas tareas.

Director del Sustainable Tourism Advanced Research Center (STARC) de la Universidad Anáhuac Cancún.

FUENTE

<https://oem.com.mx/elsoldemexico/analisis/crimen-y-turismo-28607628>



Turismo médico en CDMX genera 66 mil empleos y aporta 22 mil mdp a la economía.

Publicado: el 17 febrero 2026.

Por: Humberto Meza

Lo hace gracias a su infraestructura hospitalaria y más de 26,000 estancias turísticas, según datos del INEGI y expertos.

El turismo médico impulsa la economía en la Ciudad de México con la generación de 66 mil 800 empleos y una aportación económica de 22 mil millones de pesos, según afirmaron expertos en el sector. Esta actividad combina la infraestructura hospitalaria especializada con la oferta de estancias turísticas que atienden a pacientes y acompañantes sin presionar la capacidad hotelera tradicional.

La red hospitalaria privada en la capital incluye 2 mil 747 establecimientos con 35 mil 400 camas a nivel nacional, de los cuales el 13.5% se concentra en la Ciudad de México, revelaron datos de las Estadísticas de Salud en Establecimientos Particulares (ESEP) del INEGI, publicadas en agosto de 2025. Además, la ciudad cuenta con un sistema público especializado integrado por hospitales como el Instituto Nacional de Cardiología Ignacio Chávez y el Instituto Nacional de Cancerología, entre otros, que ofrecen atención médica de alta complejidad, dijeron desde las instituciones

El sector de la hospitalidad complementa esta infraestructura médica con más de 26 mil estancias turísticas eventuales que absorben la demanda de alojamiento para quienes requieren estancias prolongadas por motivos de salud sin afectar la capacidad hotelera existente. “La hospitalidad no se limita a ofrecer una habitación sino que es brindar un espacio cálido y respetuoso en momentos delicados”, afirmó Ángel Torres, fundador de Todos Somos Anfitriones.

Este modelo integrado contribuye a sostener el dinamismo económico local en un contexto nacional donde, en enero, se registraron ajustes al empleo formal con una reducción de más de 8 mil puestos ante el IMSS y la baja de 5 mil registros patronales. “La articulación entre servicios médicos de alta especialidad y una red activa de alojamiento aporta a mantener oportunidades laborales en sectores vinculados al turismo y servicios especializados”, dijo la fuente.

El estudio “Investigación de Demanda de Turismo Médico en América Latina”, elaborado por el Council for Medical Tourism México, destaca que la calidad y accesibilidad de los servicios médicos en la región siguen impulsando el crecimiento de esta movilidad sanitaria, consolidando a México como un nodo estratégico en el segmento.

En paralelo, la Ciudad de México suma a la oferta privada una red pública hospitalaria de alta especialidad que incluye el Instituto Nacional de Enfermedades Respiratorias y el Instituto Nacional de Ciencias Médicas y Nutrición Salvador Zubirán, con servicios de consulta externa especializada para



demandas continuas de diagnóstico y tratamiento, indicaron autoridades del sector salud.

La combinación de infraestructura hospitalaria y hospitalidad comunitaria muestra una tendencia a sostener la capacidad de respuesta para pacientes nacionales y extranjeros, según el análisis de expertos ligados al turismo médico. Esta dinámica refleja una expansión del sector con influjo económico positivo para la capital y sus habitantes.

DATOS DUROS

- El turismo médico impulsa la economía en la Ciudad de México con la generación de 66 mil 800 empleos y una aportación económica de 22 mil millones de pesos.
- Más de 26,000 estancias turísticas, según datos del INEGI y expertos.
- La red hospitalaria privada en la capital incluye 2 mil 747 establecimientos con 35 mil 400 camas a nivel nacional, de los cuales el 13.5% se concentra en la Ciudad de México, revelaron datos de las Estadísticas de Salud en Establecimientos Particulares (ESEP) del INEGI, publicadas en agosto de 2025.
- El sector de la hospitalidad complementa esta infraestructura médica con más de 26 mil estancias turísticas eventuales que absorben la demanda de alojamiento para quienes requieren estancias prolongadas por motivos de salud sin afectar la capacidad hotelera existente.
- Más de 8 mil puestos ante el IMSS y la baja de 5 mil registros patronales.

FUENTE

<https://oem.com.mx/la-prensa/turismo/turismo-medico-en-cdmx-genera-66-mil-empleos-y-aporta-22-mil-mdp-a-la-economia-28501462>