



Tianguis turístico 2026: Destinos internacionales también presentes en Acapulco.

Publicado: el 27 abril 2026.

Por: Alba Servín

Este año se espera la participarán más de 1,000 compradores internacionales provenientes de 17 países.

Para la edición 50 del Tianguis Turístico 2026 en Acapulco, la proyección internacional ha crecido significativamente. Se espera la participación más de 1,000 compradores internacionales y delegaciones de 17 países, destacando la presencia de naciones como Asia, Europa y América.

Países confirmados

Durante el Tianguis Turístico 2026 se busca que este año se refuerce la globalización de este evento con la presencia de países con pabellones propios que muestren su riqueza cultural pero también muchas otras naciones estarán participando en el área de compradores internacionales.

El invitado de honor: Colombia

En enero de 2025, México fue el país socio de la Feria Internacional de Turismo (FITUR) en Madrid, España. Durante ese evento, México y Colombia estrecharon lazos, y como parte de la nueva etapa de internacionalización del Tianguis, México decidió adoptar este modelo de "invitado especial", otorgándole el primer honor a Colombia.

La presencia de Colombia el Tianguis Turístico 2026 sirve como una "antesala" logística y promocional para la Copa Mundial de la FIFA 2026, ya que dicho país es una de las selecciones con partidos programados en sedes mexicanas, especialmente en ciudades como Guadalajara y la Ciudad de México.

El Tianguis permitirá a ambas naciones coordinar estrategias de flujo de visitantes y promoción conjunta de cara al torneo que inicia apenas semanas después.

Países con pabellón propio

El hecho de que otros países tengan pabellones propios en el Tianguis Turístico 2026 marca un cambio histórico en el formato del evento. Tradicionalmente, este era un foro exclusivo para que los estados de México vendieran sus destinos al mundo; sin embargo, en su 50 aniversario, evoluciona para convertirse en una feria turística internacional de gran escala.



Nueve naciones han confirmado que contarán con su propio espacio de exhibición, lo que marca una evolución del Tianguis hacia un formato de feria internacional más robusto entre los cuales están:

1. Japón
2. China
3. Belice
4. Costa Rica
5. Cuba
6. El Salvador
7. Guatemala
8. Honduras
9. Nicaragua

Cabe señalar que es la primera vez en 50 años que China tendrá un pabellón propio en el evento.

Los preparativos y anuncios oficiales de la Sectur indican que el stand se centrará en tres ejes principales: orientado a la negociación comercial, además se espera que el pabellón chino sea uno de los más tecnológicos, con exhibiciones digitales y la promoción de plataformas como Alipay y WeChat Pay, para facilitar el gasto de los turistas chinos que visitan México.

Países con delegaciones de compradores

Además de los pabellones, se han confirmado más de 700 compradores provenientes de una red global que incluye a:

- Norteamérica: Estados Unidos y Canadá
- Europa: España y Reino Unido, Irlanda
- Sudamérica: Brasil, Chile, Panamá
- Asia: India

¿Por qué hay tantos países este año?

La Secretaría de Turismo (Sectur) ha enfocado esta edición número 50 en convertir el Tianguis no solo en una vitrina de México hacia el mundo, sino en un punto de encuentro global. La inclusión de países como China y Japón responde a la estrategia de diversificar los mercados emisores de turistas, mientras que la



fuerte presencia de Centroamérica busca consolidar proyectos regionales como el Mundo Maya.

DATOS DUROS

- Este año se espera la participarán más de 1,000 compradores internacionales provenientes de 17 países.
- Además de los pabellones, se han confirmado más de 700 compradores provenientes de una red global.

FUENTE

<https://www.eleconomista.com.mx/los-especiales/tianguis-turistico-2026-destinos-internacionales-presentes-acapulco-20260427-810680.html>

Equipo de Sheinbaum se atribuye el alza del turista brasileño.

Publicado: el 27 abril 2026.

La secretaria federal de Turismo, Josefina Rodríguez Zamora, informó que la llegada de turistas provenientes de Brasil a México registró un incremento significativo en los primeros meses del año, impulsado por la reciente implementación del visado electrónico, atribuyéndose así el alza de este mercado, aunque partiendo desde sus mínimos.

Durante la conferencia matutina encabezada por la presidenta Claudia Sheinbaum, la funcionaria destacó que entre enero y febrero de 2026 el turismo brasileño creció un 12%, lo que permitió a ese país escalar del lugar 11 al 10 en el ranking de mercados emisores hacia México.

Rodríguez Zamora explicó que este repunte está directamente relacionado con la puesta en marcha del sistema de visa electrónica el pasado 5 de febrero, mecanismo que ha generado un incremento superior al 460% en la emisión de estos permisos para visitantes brasileños.

“Este mercado que ya teníamos cautivo lo estamos reforzando, sobre todo para el sureste del país”, subrayó.

En este contexto, Quintana Roo se consolida como el principal beneficiario del aumento en la afluencia de turistas brasileños, al concentrar buena parte de la oferta turística del Caribe mexicano. Destinos como Cancún, Riviera Maya y Cozumel, así como los nuevos polos vinculados al Tren Maya, han captado el interés de este mercado sudamericano.

Como lo informó *REPORTUR.mx*, WTM Latin America 2026 Cancún será un punto clave para reforzar la promoción del Caribe mexicano en el mercado brasileño, confirmó recientemente el secretario de Turismo de Benito Juárez, Juan Pablo de Zulueta, quien participará en la feria internacional del 14 al 16 de abril en São Paulo (Cancún: se descubre que desde Brasil se emiten 800 visas diarias).

DATOS DUROS

- Durante la conferencia matutina encabezada por la presidenta Claudia Sheinbaum, la funcionaria destacó que entre enero y febrero de 2026 el turismo brasileño creció un 12%, lo que permitió a ese país escalar del lugar 11 al 10 en el ranking de mercados emisores hacia México.
- Rodríguez Zamora explicó que este repunte está directamente relacionado con la puesta en marcha del sistema de visa electrónica el pasado 5 de febrero, mecanismo que ha generado un incremento superior al 460% en la emisión de estos permisos para visitantes brasileños.



CAMARA DE COMERCIO
SERVICIOS Y TURISMO
CIUDAD DE MEXICO

FUENTE

<https://www.reportur.com/agencias/2026/04/27/equipo-de-sheinbaum-se-atribuye-el-alza-del-turista-brasileno/>

Tianguis Turístico festeja su 50 aniversario en Acapulco.

Publicado el 27 de abril 2026

Por: Franco Piña

En su edición número 50, el Tianguis Turístico regresa a Acapulco como motor de inversión, alianzas y promoción internacional, con una derrama que supera los mil 300 mdp.

Hoy inicia la edición número 50 del Tianguis Turístico México 2026 en Acapulco, Guerrero, el punto de encuentro más importante de esta industria en América Latina.

Más allá de una feria, este foro de negocios es considerado un motor para la economía nacional y una vitrina internacional para los destinos y productos emblemáticos del país, por su capacidad de reunir a centenares de marcas, expositores y compradores de todo el mundo.

El evento tendrá una duración de cuatro días, hasta el 30 de abril, y se celebrará en Expo Mundo Imperial, el centro de convenciones más moderno y sofisticado de Latinoamérica. Cuenta con una infraestructura de 68 mil metros cuadrados de construcción, que combina versatilidad, tecnología de vanguardia y comodidades excepcionales.

El recinto será el punto de encuentro de la industria turística nacional e internacional, donde se generan oportunidades de desarrollo, alianzas estratégicas y crecimiento para el sector nacional.

De acuerdo con estimaciones oficiales, se esperan 15 mil asistentes, la participación confirmada de los 32 estados de la República y la presencia de 729 compradores provenientes de 17 países, entre ellos Brasil, Canadá, China, España, Reino Unido y, por supuesto, Estados Unidos (EU).

De acuerdo con la Confederación de Cámaras Nacionales de Comercio, Servicios y Turismo (Concanaco-Servytur), en años recientes, el Tianguis Turístico ha generado impactos económicos superiores a mil 300 millones de pesos (mdp) para las entidades sede del evento, más diversas oportunidades de negocio y anuncios de inversión importantes, lo cual refleja la relevancia para la actividad económica local y nacional.

“Se trata de un evento que tiene un impacto importante a nivel local y nacional, porque da a conocer las diferentes ofertas turísticas del país a nivel internacional”, como destinos de playa, Pueblos Mágicos y las fortalezas del turismo de negocios y eventos, médico, naturaleza, cultural y gastronómico, dice Héctor Magaña, especialista del Centro de Investigación en Economía y Negocios (CIEN) del Tec de Monterrey.

Además, fomenta la creación de acuerdos comerciales y alianzas estratégicas entre empresas nacionales e internacionales, lo que impulsa significativamente



la llegada de turistas al país y, en consecuencia, genera una importante derrama económica y empleo que beneficia a múltiples sectores y a las comunidades locales, añade Sakkara Simón, socia de Impuestos y líder de Hospitalidad en la consultora EY México.

Al realizar este encuentro en diferentes entidades del país, lo que se busca es fomentar que los asistentes conozcan los destinos turísticos del lugar, las principales actividades que se realizan y se promueva el desarrollo del turismo local.

En este caso, dice el especialista Héctor Magaña, al ser en Acapulco, el lugar que lo vio nacer, se pretende continuar con el plan de apoyo para que el puerto deje atrás los efectos de los huracanes Otis y John, además de consolidarse como un destino de clase mundial.

En la edición 50 del Tianguis Turístico, nueve naciones contarán con pabellones propios: Belice, Costa Rica, Cuba, El Salvador, Guatemala, Honduras, Japón, Nicaragua y, como país invitado, Colombia, lo cual consolida la proyección de México ante el mundo.

Además, por primera ocasión, el turismo comunitario tendrá un pabellón completo con experiencias de todo el país, integrando proyectos de los 32 estados y destacando iniciativas como las del Mundo Maya, en colaboración con el Fondo Nacional de Fomento al Turismo (Fonatur) y la UNESCO, en la ruta de un turismo incluyente y más justo.

Desafíos por resolver

México es uno de los países más visitados a nivel mundial; sin embargo, enfrenta desafíos importantes que se deben atender, entre ellos la necesidad de mayor promoción fuera del país, el tema de la inseguridad, mayor y mejor infraestructura y un cambio en la estrategia turística, señalan los especialistas.

“Eventos como el Tianguis Turístico forman parte de una estrategia, pero no puede ser el único elemento, en este ecosistema hay temas que se deben atender para que el sector se consolide y genere mayor impacto en otras ramas de la economía”, comenta Magaña.

Para el especialista del Tec, un tema esencial es la promoción fuera del país, la presencia en más ferias y eventos de negocios, donde se presuman todas las bondades que tiene México y que los turistas terminen convencidos que sus siguientes vacaciones serán en algún destino del país.

“Eventos como el Tianguis Turístico forman parte de una estrategia, pero no puede ser el único elemento, en este ecosistema hay temas que se deben atender para que el sector se consolide y genere mayor impacto en otras ramas de la economía”, comenta Magaña.

Para el especialista del Tec, un tema esencial es la promoción fuera del país, la presencia en más ferias y eventos de negocios, donde se presuman todas las



bondades que tiene México y que los turistas terminen convencidos que sus siguientes vacaciones serán en algún destino del país.

Según el Reporte sobre las economías regionales del último trimestre de 2025, que elabora el Banco de México, los empresarios entrevistados aseguraron que el elemento común que limitó la actividad turística fue la cautela de los clientes nacionales e internacionales para realizar viajes de negocios o de placer, asociada con la percepción de inseguridad.

“Argumentaron que la difusión de noticias sobre la incidencia delictiva en diferentes entidades generó desconfianza y temor entre sus potenciales huéspedes”.

Ambos especialistas (Magaña y Siller) coinciden que otro de los retos es la infraestructura, en particular más inversión en puertos y aeropuertos, que son la puerta de entrada del turismo. Magaña apunta que, de cara a la Copa Mundial de Fútbol 2026, también debe haber mejoras considerables en carreteras, en la calidad de transporte y en los precios de éste, particularmente, para el turista extranjero, que se traduzca en mayor comodidad para todos los visitantes.

“Está bien el Tianguis Turístico y la promoción, pero también tiene que haber mayores condiciones de seguridad y garantías de este lado”.

La especialista de EY considera que México debe fortalecer su estrategia turística enfocándose en tres pilares fundamentales que marcarán el rumbo del sector hacia el futuro:

1. Sostenibilidad: la creciente conciencia mundial sobre el turismo responsable exige que el país impulse prácticas sostenibles en todos sus destinos. Estudios muestran que la mayoría de los viajeros valoran el turismo ecológico y 21 por ciento está dispuesto a pagar hasta 5 por ciento más por opciones que respeten el medio ambiente.

Adoptar políticas y certificaciones verdes, así como promover la conservación de los ecosistemas y el patrimonio cultural, no solo protege los recursos naturales, sino que también posiciona a la nación como un destino comprometido con el turismo responsable.

2. Personalización de la experiencia turística: las nuevas generaciones de viajeros buscan experiencias auténticas y significativas que los conecten con la cultura local y respeten el entorno. Ofrecer servicios personalizados y un marketing centrado en el cliente genera lealtad y diferenciación en un mercado competitivo.

3. Digitalización e innovación tecnológica: la adopción de tecnologías avanzadas es clave para mejorar la experiencia del turista y optimizar la operación del sector. Empresas hoteleras y turísticas están implementando soluciones como autoservicio, chatbots y automatización basada en inteligencia artificial, lo que no solo mejora la atención al cliente, sino que también ayuda a enfrentar la escasez de personal.



Resultados palpables

Si bien la industria turística tiene diversos desafíos por delante, el Tianguis Turístico es un catalizador para su desarrollo. Prueba de ellos fueron los resultados oficiales de la edición 49, la primera en tener un carácter México-Americano, con actividades en Playas de Rosarito, Baja California, y San Diego, EU.

La derrama económica que dejó este foro fue de mil 380 mdp, además de anuncios de inversión y otras oportunidades de negocio.

Según cifras del gobierno mexicano, el evento en Baja California rompió el récord Guinness de asistencia a un Tianguis Turístico enfocado a una sola nación, con 7 mil 395 personas en un solo día, y registró una afluencia total de 8 mil 781 asistentes durante su desarrollo, además de la presencia de 45 países y los 32 estados de la República.

Durante el encuentro también se concretaron acciones que impactarán directamente en la economía local: se registraron 71 mil 882 citas de negocios, de las cuales 49.1 por ciento concluyó en acuerdos, mil 700 compradores y 3 mil 950 expositores, lo que augura nuevos flujos de inversión.

Este resultado no solo representa cifras, sino oportunidades reales para comerciantes, prestadores de servicios, taxistas, hoteleros y trabajadores del sector turístico en Baja California, que vieron una ocupación hotelera de 98 por ciento en Tijuana y 95 por ciento en Playas de Rosarito.

También se anunció la llegada de 35 nuevas rutas aéreas nacionales e internacionales en el país, así como la ampliación en la oferta de vuelos por parte de aerolíneas como Volaris, que —anunció el año pasado— incrementó en 50 por ciento los asientos disponibles en Mexicali y en 15 por ciento para Tijuana, fortaleciendo la conectividad del estado con el resto del país.

Asimismo, se dieron a conocer proyectos estratégicos de inversión como la construcción del Hotel Chablé, en el Valle de Guadalupe, con mil 500 mdp, y más de 3 mil empleos generados durante su edificación, así como el arribo del primer hotel Westin by Marriott en Tijuana, con 150 millones de dólares (mdd).

Sakkara Simón considera que estos números reflejan que el Tianguis Turístico es una plataforma estratégica que genera resultados concretos y tangibles para México, al contribuir de manera significativa en el posicionamiento interno y externo del país, facilitando la concreción de acuerdos comerciales que impulsan la venta de productos y servicios turísticos fuera de la frontera.

Puebla, próximo destino

El primer Tianguis se llevó a cabo en 1975, en Acapulco. En Guerrero se hizo durante 36 años, al punto que popularmente se le llegó a conocer como el “Tianguis Turístico de Acapulco”.



En el sexenio del presidente Felipe Calderón, la entonces secretaria de Turismo, Gloria Guevara Manzo, determinó que Acapulco ya no sería la sede permanente de este evento y lo convirtió en itinerante por toda la República Mexicana.

Para 2027, Puebla será la próxima sede, en el cual se espera también la participación de los 32 estados del país y visitantes de más de 45 países. El estado ganó ser el anfitrión a la Ciudad de México, Guanajuato, Nuevo León y Veracruz, que también se postularon para obtener el evento.

¿Cómo está el sector turismo?

Gracias a su gran diversidad de recursos naturales, enorme riqueza cultural e histórica, reconocida gastronomía a nivel mundial, privilegiada ubicación geográfica y clima excepcional, México es el sexto país más visitado en el mundo, según la Organización Mundial del Turismo (OMT).

En 2025, el país recibió una cifra récord de 98.2 millones de visitantes internacionales, lo que representa un crecimiento anual de 13.6 por ciento. La derrama económica generada fue de 34 mil 992 mdd, según datos de la Secretaría de Turismo.

“El cierre de 2025 confirma que México vive un momento sólido y sostenido en materia turística. Nunca en la historia de nuestro país habían llegado tantos visitantes en un solo año. Este resultado es reflejo de un sector fuerte, resiliente y con una visión clara del futuro”, destacó la titular del ramo a nivel federal, Josefina Rodríguez Zamora.

La llamada industria sin chimeneas es clave para el desarrollo nacional, al contribuir con cerca de 8.7 por ciento del Producto Interno Bruto (PIB) del país, con una derrama de 2.7 billones de pesos. Al interior destacan rubros como transporte de pasajeros, alojamiento, así como restaurantes, bares y centros nocturnos.

En materia laboral, el sector emplea a casi 3 millones de personas, es decir, 72 de cada mil puestos de trabajo se gestan en este sector de la economía, según las cifras del Instituto Nacional de Estadística y Geografía (Inegi).

En el reporte Perspectiva industrial: sector turístico en México de Deloitte, se prevé un crecimiento más dinámico, tras un periodo de relativa estabilidad.

“Para 2026 se anticipa una recuperación por el Mundial de Fútbol, ya que generaría una reactivación del consumo interno y un aumento moderado en la llegada de turistas internacionales, efectos que se extenderían a 2027 como resultado de la derrama posterior al torneo”.

FUENTE

<https://www.milenio.com/negocios/tianguis-turistico-regresa-acapulco-50-aniversario>

Roberto Monroy asume presidencia de ASETUR.

Publicado: el 27 abril 2026.

Como parte de las actividades de la edición 50 del Tianguis Turístico México, en el puerto de Acapulco, las Secretarías y Secretarios de Turismo de México (ASETUR) llevaron a cabo su 68ª Asamblea General Ordinaria, en la que refrendaron su compromiso por hacer del turismo una prioridad en la agenda nacional, con un trabajo coordinado entre autoridades, con el respaldo de la Secretaría de Turismo del Gobierno de México (SECTUR), y el invaluable apoyo del sector privado.

Acompañado de la titular de SECTUR, Josefina Rodríguez Zamora, y con la afitronía del secretario de Turismo de Guerrero, Simón Quiñones Orozco, el presidente de ASETUR, Bernardo Cueto Riestra, destacó que hoy existe una alineación real de esfuerzos en torno a la política turística nacional, en la que convergen la Federación, las entidades federativas y los actores del sector, bajo una lógica de unidad y corresponsabilidad.

“Estamos convencidos de que el turismo no es solamente el presente, sino uno de los pilares del futuro de México. Desde ASETUR, nuestra responsabilidad es consolidar a esta Asociación como una voz activa y propositiva que impulse que el turismo sea reconocido como una verdadera prioridad nacional. Es un sector que genera prosperidad compartida, fortalece la identidad de nuestro país, proyecta a México en el mundo y nos posiciona como una potencia turística global, al ubicarnos dentro del Top 10”, señaló.

Cueto Riestra reconoció el trabajo conjunto de las y los integrantes de ASETUR y el esfuerzo de cada entidad federativa por fortalecer sus destinos, al tiempo que subrayó que espacios como el Tianguis Turístico representan una plataforma estratégica para proyectar a México ante el mundo, consolidar alianzas y reafirmar la importancia de seguir apostando por el turismo como motor de desarrollo nacional.

Por su parte, la secretaria de Turismo federal (Sectur), Josefina Rodríguez Zamora, reconoció el trabajo de cada uno de todas las secretarías y secretarios de Turismo estatales por el acompañamiento a las iniciativas que permiten que México esté de moda; y reiteró su compromiso de seguir trabajando desde su trinchera para impulsar la actividad turística en el país, con actividades como “México de mis sabores”, el Distintivo México Anfitrión y una aplicación móvil relativa al Mundial.

A su vez, Simón Quiñones Orozco, secretario de Turismo de Guerrero, destacó la relevancia de la 50 edición del Tianguis Turístico al regresar al destino que lo vio nacer, pero ahora con una evolución al abrirse al público en general el último día e internacionalizarse al recibir la oferta de ocho países, teniendo como invitado a Colombia.

En el marco de la 68ª Asamblea General Ordinaria, se llevó a cabo el proceso de elección de la Mesa Directiva para el periodo 2026-2027, que será



encabezada por Roberto Monroy García, secretario de Turismo de Michoacán, y quien formalmente asumirá funciones en la próxima Asamblea.

“Asumo esta responsabilidad con compromiso y con una visión clara: trabajar en equipo, continuar estrechando la coordinación con la Secretaría de Turismo de México y su titular, Josefina Rodríguez Zamora, y construir, desde la unidad, un proyecto que impulse al turismo como motor de bienestar para nuestras comunidades”, declaró Monroy García.

Durante la reunión, también se expusieron diversos temas de relevancia para fortalecer la actividad turística, de la mano de importantes aliados del sector público y privado. El director general de Mexicana de Aviación, Leobardo Ávila Bojórquez, expuso los nuevos destinos a los que llegará la aerolínea, así como su propuesta de servicios personalizados y diferenciados.

El presidente de Concanaco-Servytur, Octavio de la Torre de Stéffano, expuso las estrategias: Viernes Muy Mexicano, La Gran Escapada 2026 y el 4º Congreso Mundial de Turismo Deportivo, entre otras, que puedan articularse de manera conjunta con los integrantes de ASETUR.

El director del Centro de Investigación y Competitividad Turística (Cicotur) de la Universidad Anáhuac, Francisco Madrid, habló de la importancia que tienen los sitios web de turismo de los estados y cómo fortalecerlos para impulsar el sector; y Diana Segoviano, de la Comisión Mexicana de Filmaciones (COMEFILM), del Instituto Mexicano de Cinematografía (IMCINE), presentó el plan integral de apoyo al Cine Nacional como incentivo para la promoción del turismo a cargo.

También se firmaron Convenios de Colaboración con, Aurora Serrano, directora de Alianzas Estratégicas y Procuración de Fondos de la Fundación Teletón México, sobre capacitaciones en materia de turismo accesible; y con Óscar Mario Rodríguez Romero, Customer Service Manager de Hughes México; para el programa «Conectando Sueños Turismo México» que brindará internet a zonas turísticas con poca o nula conectividad.

Además, participaron Jorge Aguilar Corripio, director y fundador de Social Mobility y Juan David Alba, director senior Corporate Affairs de Llorente & Cuenca México (LLYC), con temas relevantes sobre brandeo de productos y un estudio de IA para el turismo, respectivamente.

Previo a la Asamblea General Ordinaria de ASETUR, se llevó a cabo la Primera Sesión Ordinaria 2026 de la Conferencia Nacional de Secretarios de Turismo y Funcionarios Turísticos (CNT), encabezada por la titular de SECTUR, Josefina Rodríguez Zamora, espacio de coordinación para articular estrategias, evaluar políticas públicas y se compartir experiencias para fortalecer el desarrollo turístico del país.

Durante el Tianguis Turístico México 2026, ASETUR tendrá una activa agenda de trabajo, en donde su presidente, Bernardo Cueto Riestra, participará en importantes foros y eventos, junto con representantes del sector público y privado, y con la representatividad de los 32 estados del país.



CAMARA DE COMERCIO
SERVICIOS Y TURISMO
CIUDAD DE MEXICO

FUENTE

<https://inversion-turistica.com/2026/04/27/roberto-monroy-asume-presidencia-de-asetur/>

Instalan cinco arcos detectores de metales en accesos a Teotihuacan.

Publicado: el 27 abril 2026.

Por: Javier Salinas Cesáreo

Aumentan medidas de seguridad tras el tiroteo en que murió una mujer.

Teotihuacan, Méx., Cinco arcos detectores de metales fueron instalados ayer, uno en cada acceso a la zona arqueológica de Teotihuacan, como medida de seguridad para evitar el paso de armas de fuego y blancas o cualquier otro elemento de ese tipo, luego del ataque que el pasado lunes perpetró Julio César Jasso, quien asesinó a una canadiense, hirió de bala a siete turistas en la Pirámide de la Luna y después se suicidó.

Los arcos instalados son estructuras de 70 centímetros de ancho por 180 de alto, equipados con sensores en sus costados y cronometraje digital en la parte superior.

Los vigilantes del Instituto Nacional de Antropología e Historia, custodios y policías auxiliares de la Ciudad de México explicaron que cuando el visitante pasa por ellos, se puede verificar si lleva algún tipo de metal.

Si el arco suena, son revisados una segunda vez con las paletas para detectar metales, explicaron.

En el costado izquierdo y derecho de los arcos hay unas franjas blancas que, al detectar cualquier objeto, indican a qué altura del cuerpo se identifica el metal.

Algunos turistas comentaron que con estos dispositivos electrónicos se sienten más seguros al visitar la zona arqueológica, mientras que otros expresaron que aún son deficientes las medidas y se pronunciaron por que sean más rigurosas.

“Me parece fundamental esta medida de seguridad, debería haber estado hace mucho tiempo porque la sociedad está muy contaminada y no se sabe lo que puede pasar. Lógicamente, me siento más seguro”, opinó Eduardo Arriba, originario de Argentina.

José Luis Téllez, residente de la Ciudad de México, consideró que “está bien esta medida, pero deben de implantar algo más funcional, ya sea una banda o algo que sirva más para la revisión de la persona que entra; debe ser más rigurosa”.

Los turistas, al llegar a cada una de las cinco puertas, tienen que pasar primero por una revisión de bultos, mochilas y bolsas de mano por parte de efectivos de la Guardia Nacional; después dejan sus pertenencias en una mesa lateral y pasan por los arcos detectores de metales.

Ayer, la afluencia de visitantes a Teotihuacan aumentó respecto a los días anteriores debido a que la entrada es gratuita para los turistas nacionales.



CAMARA DE COMERCIO
SERVICIOS Y TURISMO
CIUDAD DE MEXICO

FUENTE

<https://www.jornada.com.mx/2026/04/27/estados/031n1est>



Mundo Imperial acelera su reposicionamiento rumbo al Tianguis Turístico 2026.

Publicado: el 26 abril 2026.

Por: Patricia Ortega

Grupo Mundo Imperial llegará al Tianguis Turístico 2026 con hoteles renovados, nueva oferta y una estrategia para fortalecer reuniones, entretenimiento y turismo regional.

Los 50 años del Tianguis Turístico serán una prueba relevante para Acapulco y, en particular, para Grupo Mundo Imperial. El complejo será uno de los principales escenarios de esta edición y quiere aprovechar esa exposición para mostrar capacidad operativa, activos renovados y condiciones para cerrar negocio con compradores, mayoristas y organizadores de eventos.

En entrevista con El Economista, Sayed Rezvani, CEO de Grupo Mundo Imperial, asegura que la empresa ha tenido un papel importante en la reactivación del destino tras los efectos de Otis y, después, de John. “Nuestro presidente del Consejo, Juan Antonio Hernández Venegas, nos instruyó que teníamos que trabajar de la manera incansable para la reactivación de Mundo Imperial”, dice. A partir de esa directriz, agrega, el grupo logró recuperar parte de su operación en un plazo corto: “Pudimos reactivar el Abierto Mexicano de Tenis, tener más de 1,300 habitaciones disponibles en 120 días, tener 80 al 90% de nuestros congresos y convenciones del año recuperado”.

Una vitrina para hacer negocio

Para el grupo, el Tianguis Turístico no es sólo una fecha emblemática. También es una plataforma comercial. Rezvani sostiene que esta edición servirá para mostrar avances concretos y, al mismo tiempo, negociar nueva demanda. “Es una edición muy especial para nosotros”, afirma. “Creo que van a ver una infraestructura nueva, van a ver restaurantes nuevos en el destino, van a haber hoteles que prácticamente se han remodelado completamente”.

El directivo explica que el objetivo es usar esa vitrina para abrir conversaciones de negocio de cara a 2027. “Es mostrar una nueva cara de Acapulco y trabajar con los mayoristas que vienen a visitarnos para poder negociar ya los charters para el año que viene, vuelos nuevos que vienen para el año y conceptos nuevos”, dijo.

En un entorno internacional más incierto, también ve espacio para que el puerto gane terreno en el mercado regional. “Los viajes van a ser más regionales o van a estar solamente en el mismo continente”.

Integración y capacidad instalada

Para el grupo, uno de los principales argumentos de Mundo Imperial es su escala. Rezvani sostiene que el complejo tiene una configuración poco común



en México para el segmento de reuniones y grandes eventos. “Yo no creo que exista un producto todavía en República Mexicana parecido a nosotros”, dice. Y detalla: “Aquí tú tienes 1,970 habitaciones, tienes un centro de convenciones, tienes la Arena GNP Seguros con capacidad de 11,000 personas, tienes el Forum Mundo Imperial... pero lo negocias con un ente”.

Desde su perspectiva, esa integración simplifica la operación para asociaciones, congresos y turismo MICE (Meetings, Incentives, Conferences and Exhibitions). También representa una ventaja logística por la cercanía entre las distintas piezas del complejo. “Yo creo que no existe un centro de convenciones del país que esté a 30 metros de un hotel con 814 habitaciones”, afirma.

A lo anterior se suma la ubicación en zona Diamante, a dos kilómetros del aeropuerto internacional de Acapulco y a cuatro kilómetros de la Autopista del Sol. Sin embargo, reconoce una limitante: “El reto de nosotros ha sido la conectividad siempre, falta de vuelos”.

Eventos y entretenimiento

Además de la hotelería y los congresos, Grupo Mundo Imperial está apostando por el entretenimiento como motor de ocupación. “Nosotros vemos el tema del entretenimiento algo muy importante”, dice Rezvani. En esa estrategia ubica al Abierto Mexicano de Tenis, torneos de pádel, beach soccer, footgolf, Hyrox, triatlón, Spartan Race e Iron Man. Sobre el mundial de footgolf, destaca un dato puntual: “Este solamente... nos está dando más de 5,000 cuartos noche de diferentes equipos que vienen a visitarnos de 50 países”.

El grupo también está ampliando su oferta de bienestar. “Estamos abriendo un spa dentro del Hotel Pierre Marqués que nunca hemos tenido”, explica Rezvani, además de nuevas experiencias como flotarios y haloterapia en Princess. A ello se suma el concepto ACA Foot 2026, diseñado para aprovechar el flujo de visitantes vinculado al Mundial de Fútbol. “Siempre estamos tratando de aprovechar estas oportunidades de generar contenido para que la gente nos visite”, concluye.

DATOS DUROS

- “Pudimos reactivar el Abierto Mexicano de Tenis, tener más de 1,300 habitaciones disponibles en 120 días, tener 80 al 90% de nuestros congresos y convenciones del año recuperado”.
- “Aquí tú tienes 1,970 habitaciones, tienes un centro de convenciones, tienes la Arena GNP Seguros con capacidad de 11,000 personas, tienes el Forum Mundo Imperial... pero lo negocias con un ente”.
- “Yo creo que no existe un centro de convenciones del país que esté a 30 metros de un hotel con 814 habitaciones”, afirma.
- “Este solamente... nos está dando más de 5,000 cuartos noche de diferentes equipos que vienen a visitarnos de 50 países”.



CAMARA DE COMERCIO
SERVICIOS Y TURISMO
CIUDAD DE MEXICO

FUENTE

<https://www.eleconomista.com.mx/los-especiales/mundo-imperial-acelera-reposicionamiento-rumbo-tianquis-turistico-20260426-810482.html>

Sectur preside la Primera Sesión Ordinaria 2026 de la Conferencia Nacional de Secretarios de Turismo y Funcionarios Turísticos.

Publicado: el 26 abril 2026.

Comunicado 079/2026.- En el marco de la celebración del Tianguis Turístico, la secretaria de Turismo, Josefina Rodríguez Zamora, presidió la Primera Sesión Ordinaria 2026 de la Conferencia Nacional de Secretarios de Turismo y Funcionarios Turísticos.

- En esta sesión, se avanzó en la consolidación de una estrategia de promoción conjunta con las entidades federativas, así como en la alineación de estados y municipios al PROSECTUR 2025-2030.
- Para esta actividad, se tuvo la participación de representantes de 28 entidades federativas y fue el espacio para alinear políticas públicas, fortalecer la planeación y acelerar el desarrollo turístico.
- También se avanzó en la consolidación de una estrategia de medición del sector en cada estado el uso de la plataforma Datatur, así como el uso del Sistema de Monitoreo Hotelero.

En el marco de la celebración del Tianguis Turístico México 2026, la secretaria de Turismo del Gobierno de México, Josefina Rodríguez Zamora, presidió la Primera Sesión Ordinaria 2026 de la Conferencia Nacional de Secretarios de Turismo y Funcionarios Turísticos (CNT).

Este encuentro es el principal espacio de coordinación entre la Secretaría de Turismo y las y los secretarios de todos los estados, donde se articulan estrategias, se evalúan políticas públicas y se comparten experiencias para fortalecer el desarrollo turístico del país.

“Hoy más que nunca, la coordinación entre federación, estados y municipios es fundamental para consolidar un turismo que genere bienestar y Prosperidad Compartida en todo el país; cuando trabajamos en unidad, el turismo se convierte en una herramienta real de desarrollo para nuestras comunidades”, afirmó la titular de la Secretaría de Turismo.

En cumplimiento con la normatividad, este encuentro reunió a representantes de 28 entidades federativas y fue el espacio para definir rutas de trabajo, alinear políticas públicas, fortalecer la planeación y acelerar el desarrollo turístico nacional; destacó la presentación de estrategias para continuar con el impulso del fortalecimiento de Pueblos Mágicos, así como un plan para incrementar las actividades de turismo deportivo.

Durante la sesión se avanzó en la consolidación de una estrategia de medición del sector en cada estado el uso de la plataforma Datatur, así como el uso del Sistema de Monitoreo Hotelero de Sectur, al respecto, la secretaria Josefina Rodríguez Zamora destacó la importancia de monitorear sus destinos:

“El objetivo es que ustedes tengan una metodología y usen el monitoreo correspondiente; con datos, puedan llegar con su gobernador, gobernadora, y le



puedan decir, tengo 10 por ciento más de turistas, y eso lo van a lograr si se meten a fondo a monitorear la información de sus circuitos”, detalló.

También se detallaron actividades de promoción conjunta con las entidades federativas, así como en la alineación de estados y municipios al PROSECTUR 2025-2030; al respecto, se presentó la aplicación “Simplicity – Explore Mexico”, orientada a la innovación y mejora de la experiencia turística.

La Secretaría de Turismo del Gobierno de México continúa consolidando la Política Nacional de Turismo Deportivo como una estrategia clave para impulsar el desarrollo regional, dinamizar la economía local y posicionar al país como un destino competitivo. En este contexto, ha impulsado la realización de competencias que integran a deportistas, visitantes y comunidades locales, promoviendo al mismo tiempo valores como la inclusión, la convivencia social y el aprovechamiento responsable de los destinos turísticos.

Rodríguez Zamora precisó que esta sesión permitió seguir consolidando a la Conferencia como órgano estratégico para coordinar el desempeño del sector, identificar áreas de oportunidad y compartir buenas prácticas que fortalezcan la competitividad turística de México.

Asimismo, subrayó que la unidad entre los tres órdenes de gobierno es la base para detonar inversión, diversificar destinos y asegurar que los beneficios del turismo lleguen a más comunidades en todo el país.

“Hoy vemos a todas las entidades sentadas en la misma mesa, con sus secretarías y secretarios de Turismo, junto al sector privado y social, trabajando con un mismo propósito. Esa coincidencia no es casualidad: es la señal de un sector que entiende que, sólo en unidad, el turismo puede generar Prosperidad Compartida y llegar a más comunidades en todo México”, concluyó.

Por su parte el secretario de Turismo de Guerrero, Simón Quiñones Orozco, destacó la relevancia de la Conferencia Nacional de Secretarios de Turismo y Funcionarios Turísticos como un espacio clave para fortalecer la coordinación entre los estados y la federación.

“Durante este encuentro abordamos temas estratégicos como el turismo deportivo, la promoción de destinos y la conectividad aérea, coincidiendo en que el turismo debe ser un motor de bienestar y Prosperidad Compartida para nuestras comunidades, siempre con respeto a su identidad y en armonía con el desarrollo local”, señaló.

En este encuentro se contó con la participación por parte de la Secretaría de Turismo de la subsecretaria, Nathalie Veronique Desplas Puel; del titular de la Unidad de Innovación, Sustentabilidad y Profesionalización Turística, Miguel Aguñiga Rodríguez; el director general de Planeación y secretario Ejecutivo de la CNT, Rodrigo Cerda Cornejo; el director general de Integración de Información Sectorial, Heliodoro Vidal Velázquez, y la directora general de Profesionalización y Competitividad Turística, Mariana del Carmen Díaz y Maxil



y el director general de Gestión Social de Destinos, Marte Molina Orozco y la directora de Diseño de Programas, Diana Olvera.

Asistieron las y los secretarios de Turismo de Quintana Roo,, Bernardo Cuento Riestra; de Turismo de Yucatán, Darío Flota Ocampo; de Tlaxcala, Fabricio Mena Rodríguez; de Sinaloa, Mireya Sosa Osuna; de Oaxaca, Saymi Pineda Velasco; de Nayarit, Juan Enrique Suárez del Real Tostado; de Michoacán, Roberto Monroy García; de Hidalgo, Elizabeth Quintanar Gómez; de Chiapas, Segundo Guillén Gordillo; de Zacatecas, Le Roy Barragán Ocampo; de Tamaulipas, Benjamín Hernández Rodríguez; de Veracruz, Igor Fidel Rojí López; de Sonora, Roberto Gradillas Pineda; de Baja California, Miguel Ángel Badiola Montaña; de San Luis Potosí, Yolanda Josefina Cepeda Echavarría; de Puebla, Carla López-Malo Villalón; de Nuevo León, Maricarmen Martínez Villarreal; de Morelos, Daniel Altafi Valladares; de Jalisco, Michelle Fridman Hirsch; de Campeche, Adda del Rubí Solís Peniche; de Guanajuato, María Guadalupe Robles León.

También asistieron las y los subsecretarios de Turismo de Colima, Jorge Padilla Castillo; de Tabasco, Norma Araceli Aranguren Rosique; de Baja California, Martha Inés Domínguez Uscanga; de Durango, Fernanda Ramos Velasco; así como las y los representantes de Querétaro, Rodrigo Ibarra Lozano; de Durango, Fernanda Ramos; de Coahuila, Martha Elena Moncada Zertuche; de Baja California Sur, Thalia Alejandra Agúndez Arámburo; entre otros.

FUENTE

<https://www.gob.mx/sectur/articulos/sectur-preside-la-primera-sesion-ordinaria-2026-de-la-conferencia-nacional-de-secretarios-de-turismo-y-funcionarios-turisticos?idiom=es>

CONCANACO SERVYTUR y ASETUR impulsan agenda para fortalecer al sector turístico.

Publicado: el 26 abril 2026.

CONCANACO SERVYTUR y ASETUR impulsan agenda para fortalecer al sector turístico.

- En el marco de la 50 edición del Tianguis Turístico en Acapulco, se llevó a cabo la 68ª Asamblea de ASETUR, donde la Confederación presentó una ruta de trabajo para articular turismo, comercio, servicios, cultura, deporte y consumo local.
- La agenda México Muy Mexicano integra programas como Viernes Muy Mexicano, La Gran Escapada, Un Mundial Muy Mexicano, el 4º Congreso Mundial de Turismo Deportivo y proyectos culturales y audiovisuales para incentivar lo hecho en México, exaltar las raíces mexicanas y fortalecer el orgullo nacional.

En el marco de la 50 edición del Tianguis Turístico en Acapulco, se llevó a cabo la 68ª Asamblea de las Secretarías y Secretarios de Turismo de México (ASETUR), una reunión de trabajo con las y los titulares de Turismo de las 32 entidades federativas, donde la CONCANACO SERVYTUR México presentó la agenda México Muy Mexicano, una estrategia integral para fortalecer al sector turístico mediante la articulación del comercio, los servicios, el consumo local, la cultura, el deporte y la promoción de México.

Durante la reunión, encabezada por Bernardo Cueto Riestra, secretario de Turismo de Quintana Roo y presidente saliente de ASETUR, el presidente de la Confederación, Dr. Octavio de la Torre de Stéfano, planteó que las estrategias impulsadas por CONCANACO SERVYTUR tienen un mismo objetivo: mejorar las condiciones del sector turístico y lograr que la derrama económica llegue de manera directa a empresas, negocios familiares, prestadores de servicios y comunidades que sostienen la economía real del país.

“El turismo no debe quedarse solamente en los grandes destinos. Tiene que llegar a los negocios familiares, a los restaurantes, hoteles, comercios, agencias, mercados, transportistas, artesanos y prestadores de servicios que todos los días sostienen la economía real”, afirmó.

Como parte de esta visión, CONCANACO SERVYTUR formalizó un memorándum de entendimiento con la Secretaría de Turismo de Quintana Roo, encabezada por Bernardo Cueto Riestra, con el propósito de fortalecer la coordinación institucional y avanzar en acciones conjuntas que impulsen la competitividad, promoción y desarrollo del sector turístico.

La agenda México Muy Mexicano integra programas como Viernes Muy Mexicano, enfocado en impulsar el consumo local y el orgullo por lo hecho en México; La Gran Escapada, orientada a promover los viajes por el país; Un Mundial Muy Mexicano, diseñado para maximizar la derrama económica de la Copa Mundial 2026 en empresas y negocios familiares; y el 4º Congreso Mundial



de Turismo Deportivo, como plataforma para posicionar a México en la conversación internacional sobre turismo, deporte y desarrollo económico.

A ello se suman proyectos culturales y audiovisuales como “La vendedora de flores”, “El buen morir” y “El libro de Sami”, que buscan generar conciencia social, incentivar el consumo de lo hecho en México y exaltar las raíces, tradiciones e identidad nacional.

Respecto al Mundial 2026, Octavio de la Torre subrayó que la oportunidad no debe limitarse a las ciudades sede ni a los estadios, sino extenderse a hoteles, restaurantes, comercios, agencias de viaje, mercados, transportistas, plazas comerciales, centros históricos y corredores turísticos.

“El Mundial no se juega solamente en los estadios. También se juega en los hoteles, restaurantes, tiendas, mercados, agencias de viaje, cafeterías, transportes, plazas comerciales, centros históricos y corredores turísticos. Queremos que la emoción del Mundial se convierta en consumo local, orgullo nacional y derrama para los negocios familiares”, expresó.

Como parte de las primeras acciones de Un Mundial Muy Mexicano, la Confederación cuenta con la participación de figuras del fútbol nacional, entre ellas Johan Rodríguez y Adolfo Ríos, exjugadores profesionales que se suman como representantes de esta estrategia para acercar el mensaje a más comunidades, aficionados y negocios del país.

La estrategia también incorpora una vertiente social a través de la campaña “Balones para todas y todos, que comience el juego”, enfocada en la donación de balones para niñas y niños en situación vulnerable en todo el territorio nacional, con el objetivo de llevar el espíritu mundialista a comunidades donde el deporte puede significar convivencia, inclusión, salud y esperanza.

“Queremos que el Mundial no sea solo para quienes puedan comprar un boleto o viajar a una sede. Queremos que también llegue a la niñez, a las comunidades y a quienes encuentran en el deporte una oportunidad para soñar”, señaló De la Torre.

Como parte del movimiento México Muy Mexicano, CONCANACO SERVYTUR destacó la realización del 4º Congreso Mundial de Turismo Deportivo, que se llevará a cabo del 7 al 9 de septiembre de 2026 en el Autódromo Hermanos Rodríguez, en la Ciudad de México.

El encuentro, impulsado en coordinación con ONU Turismo y el Gobierno de México, representa una oportunidad para posicionar al país como referente internacional en turismo deportivo, así como para vincular a destinos, empresas, autoridades, organismos internacionales, federaciones deportivas y tomadores de decisión.

La Confederación subrayó que la llegada de este Congreso por primera vez a la Ciudad de México representa un avance relevante para el país y para el sector,



al abrir una plataforma internacional desde la cual México podrá mostrar su capacidad turística, cultural, deportiva y empresarial.

“El deporte no solo mueve atletas: mueve visitantes, hoteles, restaurantes, transporte, comercio, patrocinios, experiencias, tecnología, salud, entretenimiento y promoción territorial. El turismo deportivo debe verse como una estrategia económica”, afirmó el presidente de CONCANACO SERVYTUR.

Finalmente, Octavio de la Torre reconoció el liderazgo de Bernardo Cueto Riestra, secretario de Turismo de Quintana Roo y presidente saliente de ASETUR, y felicitó a Roberto Monroy García, secretario de Turismo de Michoacán, presidente entrante del organismo y quien en su momento se desempeñó como vicepresidente de Turismo de CANACO Morelia.

De la Torre refrendó la disposición de CONCANACO SERVYTUR para dar continuidad a una agenda común, institucional y de largo plazo con las y los secretarios de Turismo del país.

“Cuando México viaja por México, México se fortalece. Cuando México compra en negocios mexicanos, México crece. Y cuando México se organiza con identidad, visión y calendario, los beneficios llegan a las comunidades. Por el bien de todos, primero los negocios familiares”, concluyó.

FUENTE

<https://www.concanaco.org/blog/comunicados-de-prensa-4/concanaco-servytur-y-asetur-impulsan-agenda-para-fortalecer-al-sector-turistico-1729>

Sheinbaum inaugura tren al AIFA.

Publicado: el 26 abril 2026.

Por: Emir Olivares Alonso

Zumpango, México. La presidenta Claudia Sheinbaum Pardo inauguró este mediodía el tren que conectará el centro de la Ciudad de México con el Aeropuerto Internacional Felipe Ángeles (AIFA).

Tras más de cuatro años de construcción, finalmente este medio, que llevará el nombre del general revolucionario “pacifista”, está concluido y, se informó, iniciará servicio a los usuarios hoy a las cuatro de la tarde.

En el acto inaugural, desde la terminal AIFA, la mandataria señaló: “Hoy podemos decir, cómo dicen en las fuerzas armadas, misión cumplida. Cumplimos con el pueblo de México”.

Destacó que recientemente la administración federal adquirió la mayoría de las acciones del Tren Suburbano —que opera desde hace varios años de Buenavista a Cuautitlán y desde hoy cuenta con una ramal a la terminal aérea—, por lo que la jefa del Ejecutivo lo calificó como un “tren del pueblo”.

Aunque, a la ceremonia estuvo convocado sólo un selecto grupo de altos integrantes del gobierno federal, los gobernadores del estado de México e Hidalgo, Delfina Gómez y Julio Menchaca, la jefa de gobierno de la Ciudad de México, Clara Brugada, y algunos de las cabezas de quienes construyeron la obra. Mientras que un grupo de personas lanzaba gritos de apoyo a la presidenta desde las afueras de la terminal, pues no pudieron acceder.

Se trata de un proyecto largamente esperado que inició su construcción en febrero de 2022, justo un mes antes de la inauguración del AIFA, encabezada por el entonces mandatario Andrés Manuel López Obrador, como una de las obras emblema.

En el acto se informó que inicialmente se trabajará con cuatro trenes y uno de reserva, con corridas cada 30 minutos. Para atender a un promedio de 50 mil usuarios al día.

El trayecto de Buenavista al AIFA se prolongará por 50 minutos, en estas primeras semanas de operación, y se estima reducirlo a 43 minutos. Se trata de un tiempo menor a lo que toma en autobús o automóvil, que va de una a dos horas, promedio.

Se proyectó que para cuando crezca la demanda, se tendrán un total de 10 trenes y dará servicio a 82 mil pasajeros diariamente.



CAMARA DE COMERCIO
SERVICIOS Y TURISMO
CIUDAD DE MEXICO

FUENTE

<https://www.jornada.com.mx/noticia/2026/04/26/politica/este-domingo-sheinbaum-inaugura-tren-al-aifa>

Aeroméxico ante la crisis: recorta vuelos y encarece pasajes.

Publicado: el 26 abril 2026.

Andrés Conesa, director de Aeroméxico, señaló que, a consecuencia del incremento del precio del combustible, la aerolínea ha enfocado el ajuste tarifario en el mercado internacional, que representa el 70% de los ingresos de la aerolínea.

Así mismo, están ajustando su capacidad en vuelos con rutas menos rentables, así como un control más riguroso de sus gastos, por lo que consideran que se verá en la rentabilidad durante el segundo semestre del año.

“Para el segundo trimestre esperamos recuperar aproximadamente el 50% de los costos incrementales de combustible con una trayectoria clara hacia niveles más altos a lo largo del año, alrededor del 70% en el tercer trimestre y el 100% en el cuarto trimestre, a medida que nuestras iniciativas de precios y red se reflejen plenamente en el mercado”, dijo Conesa, según Proceso.

Agregó que la aerolínea en el mercado internacional tiene una “posición favorable”. “Nos alienta la respuesta del mercado, especialmente en los mercados internacionales, donde la demanda se ha mantenido sólida y nuestras estrategias de recuperación de combustible han demostrado ser muy efectivas”, señaló.

En cuanto al mercado doméstico, da mayor prioridad a sus ajustes de capacidad y rutas, pero sin descuidar su posición en el Aeropuerto Internacional de la Ciudad de México (AICM). Entre las medidas, han disminuido la contratación de personal, redujo gasto discrecional y la priorización del despliegue total de su flota, con dos aviones 787 Dreamliner, así como tres aviones 737 MAX, lo que le permitirá mitigar la afectación energética.

“Esperamos cerrar el año con alrededor de las 170 aeronaves frente a las 165 con las que comenzamos. La mayor expansión de flota ocurrió en 2025, cuando incorporamos cerca de 20 aeronaves nuevas. No tenemos compromisos materiales adicionales de flota este año, lo que limita la presión incremental de costos y mejora nuestra flexibilidad”, comentó Conesa.

Y agregó: “Seguiremos aprovechando la flexibilidad de nuestra red, lo que nos permite ajustar rápidamente la capacidad conforme evolucionan las condiciones. A medida que el entorno se estabilice, esperamos capturar eficiencias operativas relevantes derivadas de las aeronaves incorporadas durante el último año”, manifestó.

Como lo informó *REPORTUR.mx*, Jesús Salvador González Martínez, secretario de Desarrollo Económico (Sedeco) de San Luis Potosí, dio a conocer que el vuelo directo de Aeroméxico que conecta con Atlanta será suspendido temporalmente a partir de mayo. (Aeroméxico suspende vuelo directo de San Luis Potosí hacia Atlanta).



Señaló que el Grupo Aeroportuario del Centro Norte (OMA), administrador de la terminal aérea, fue quien notificó la suspensión del vuelo. La aerolínea solo tiene a la venta boletos para el vuelo directo hasta el 30 de abril y a partir del 1 de mayo la ruta se hará con escala en la Ciudad de México.

FUENTE

<https://www.reportur.com/aerolineas/2026/04/26/aeromexico-ante-la-crisis-recorta-vuelos-y-encarece-pasajes/>

Tianguis Turístico 2026: 5 décadas de historia recorriendo territorios nacionales.

Publicado: el 25 abril 2026.

Por: Alba Servín

Para la edición 2027, Puebla será el estado anfitrión del Tianguis Turístico de México.

El Tianguis Turístico de México es el evento más importante de la industria turística en el país y durante 50 años se ha consolidado como una feria de negocios de alto nivel. Desde su nacimiento, en 1975, permaneció durante 36 años consecutivos, en Acapulco, Guerrero, hasta que en 2012 el evento se volvió itinerante para promover otros destinos nacionales.

Además de Acapulco, el Tianguis ha llevado la riqueza cultural y turística a ciudades coloniales, grandes metrópolis y destinos de sol y playa.

Recorriendo estados

Acapulco (1975 – 2011, 2015, 2017, 2019, 2022, 2024, 2026): La permanencia del Tianguis Turístico en Acapulco durante casi cuatro décadas responde a una mezcla de historia, infraestructura y un fuerte simbolismo político y emocional para el turismo mexicano.

En los años 50, 60 y 70, Acapulco no solo era el destino número uno de México, sino uno de los más famosos del mundo. Era el lugar preferido de las estrellas de Hollywood y la realeza. Realizar el Tianguis ahí desde 1975 era una forma de aprovechar ese brillo internacional.

Además durante mucho tiempo, Acapulco fue la única ciudad con la infraestructura necesaria para albergar un evento de tal magnitud: al tener su centro de Convenciones, hoteles de gran nivel con salones para eventos que permitían hospedar a miles de delegados de todo el mundo.

Este año 2026, el Tianguis regresa a Acapulco para celebrar su 50 aniversario. Una edición muy especial porque simboliza la recuperación total del puerto tras años de retos y su consolidación histórica como la sede principal del turismo mexicano.

Ciudades coloniales

Las ediciones de Puebla (2013) y Mérida (2021) fueron hitos fundamentales en la historia del Tianguis Turístico, ya que cada una representó un desafío histórico para el turismo en México.

En Puebla su gran importancia radicó en demostrar que un destino sin playa podía ser igual de exitoso que los destinos tradicionales de sol y mar. Sirvió para



que México dejara de ser visto solo como un destino de playa y se empezara a vender con fuerza el "Turismo Cultural" y de "Ciudades Patrimonio".

La edición en Mérida fue histórica ya que marcó el antes y después de la pandemia de COVID-19. Fue el primer gran evento presencial masivo del sector tras el confinamiento global, sirviendo como termómetro para la recuperación mundial.

Grandes metrópolis

La Ciudad de México en 2023 y Guadalajara, Jalisco en 2016 demostraron que el Tianguis Turístico puede ser exitoso en grandes ciudades.

En la Ciudad de México, el evento fue considerado uno de los más exitosos de la historia con una gran participación de 90 países. Aquí, por primera vez, el Tianguis "salió a las calles". Además del evento de negocios en el Centro Banamex, se instaló el "Festival Turístico de la CDMX" sobre Paseo de la Reforma, permitiendo que el público general disfrutara de stands de todos los estados sin tener que ser profesional del sector.

En la edición número 41 en Guadalajara se lanzó el programa nacional "Viajemos Todos por México", una estrategia masiva para incentivar el turismo interno entre los mexicanos durante las temporadas bajas.

Destinos de sol y playa

El Tianguis Turístico también ha estado presente en destinos como Cancún, en 2014, Mazatlán en 2018, Puerto Vallarta-Riviera Nayarit en 2012 y Rosarito, Baja California en 2025. Cada uno de estos destinos de playa aportó una energía distinta al Tianguis Turístico.

Puerto Vallarta - Riviera Nayarit, fue una edición compartida entre dos estados (Jalisco y Nayarit). Demostró que la descentralización del evento era posible y necesaria. Sirvió para lanzar internacionalmente la marca "Riviera Nayarit" como un destino de lujo que complementaba la tradición de Puerto Vallarta.

La edición de Cancún se convirtió rápidamente en el Tianguis con mayor participación de compradores internacionales hasta ese momento. Se centró en la conectividad aérea y en el Mundo Maya.

Mazatlán utilizó el Tianguis para "reaparecer" en el mapa internacional con una cara renovada. Se destacó la gastronomía de mar y el turismo de cruceros.

Finalmente, en Rosarito, la edición de la frontera fue clave para el noroeste del país. Fue el primer "Tianguis Binacional" de facto, debido a su cercanía con California, el mercado emisor de turistas más importante para México. Se centró en la industria vitivinícola, la gastronomía y el turismo médico.



CAMARA DE COMERCIO
SERVICIOS Y TURISMO
CIUDAD DE MEXICO

FUENTE

<https://www.eleconomista.com.mx/los-especiales/tianguis-turistico-2026-5-decadas-historia-recorriendo-territorios-nacionales-20260425-810481.html>

Rumbo al Mundial 2026: Instalan mapas bilingües en Metro CDMX.

Publicado: el 25 abril 2026.

Por: Jonás López

El STC informó que todos los trenes de la Línea 2 contarán con los nuevos mapas bilingües los cuales se irán instalando gradualmente.

Algunos trenes que circulan en la Línea 2 del Metro de la Ciudad de México ya cuentan con mapas de estaciones con indicaciones en español e inglés.

De cara al Mundial 2026 que inicia el 11 de junio, los mapas se han instalado en vagones de trenes que recorren esta ruta que va de Cuatro Caminos a Taxqueña y que es parte de la conexión más directa en el Centro Histórico y el Estadio Banorte.

Los mapas ya cuentan con leyendas como Salida a la Izquierda - Exit To The Left o Mapa de la Red de Movilidad Integrada - Integrated Mobility Network Map, se observó en un recorrido.

Esta última leyenda se acompaña de un Código QR que dirige al usuario a los mapas digitales de las diferentes redes de transporte público gubernamental de la capital como el Sistema de Transporte Colectivo (STC), Metrobús, Servicio de Transportes Eléctrico o el Tren Interurbano.

Sin embargo, los mapas digitales todavía no son bilingües, se observó en una consulta.

Durante el recorrido se observó que no todos los trenes cuentan con los nuevos mapas.

El STC informó que todos los trenes de la Línea 2 contarán con los nuevos mapas bilingües los cuales se irán instalando gradualmente.

FUENTE

<https://www.excelsior.com.mx/ciudad-de-mexico/rumbo-mundial-2026-instalan-mapas-bilinguees-metro-cdmx>

Ventana a México, el primer escaparate gratuito del Tianguis Turístico 2026.

Publicado: el 25 abril 2026.

Comunicado 078/2026.- En plena Costera Miguel Alemán, artesanas, artesanos, cocineras y cocineros tradicionales fueron los protagonistas de la inauguración de Ventana a México.

- La secretaria de Turismo, Josefina Rodríguez Zamora, destacó que la edición 50 del Tianguis Turístico 2026 tiene el objetivo de que este evento internacional se viva en la ciudad de Acapulco a través de diversas activaciones abiertas al público.
- Artesanos, cocineras y cocineros tradicionales fueron los protagonistas de la inauguración de “Ventana a México”.
- Además de esta exhibición, la edición 50 del Tianguis Turístico incluirá otros eventos gratuitos para así fortalecer el vínculo entre el turismo y la comunidad.

En plena Costera Miguel Alemán, artesanas, artesanos, cocineras y cocineros tradicionales fueron los protagonistas de la inauguración de Ventana a México, con la que la secretaria de Turismo del Gobierno de México, Josefina Rodríguez Zamora; el secretario de Turismo de Guerrero, Simón Quiñones, y la presidenta municipal de Acapulco, Abelina López, dieron inicio las actividades abiertas y gratuitas de la edición 2026 del Tianguis Turístico, bajo la premisa de acercar esta experiencia a todas y todos.

La titular de la Secretaría de Turismo (Sectur) destacó que este nuevo enfoque del Tianguis Turístico 2026 tiene por objetivo que este evento internacional se viva en la ciudad de Acapulco, a través de activaciones, encuentros y espacios accesibles para la población local y visitantes.

“Hoy inauguramos Ventana a México y el nombre le queda perfecto, pues es abrir una ventana para que se vea, se pruebe y se compre lo que somos”, expresó.

Señaló que este espacio, ubicado en Plaza Quebec, reúne la riqueza cultural del país a través de textiles, artesanías, ingredientes, técnicas y sabores que forman parte de la experiencia turística, pero que aquí se presentan de manera directa, cercana y abierta.

Rodríguez Zamora subrayó que el objetivo es claro: impulsar el consumo local y generar una derrama económica que beneficie directamente a quienes producen, crean y mantienen vivas las tradiciones.

“Que la derrama se note donde tiene que notarse: en quienes producen, en quienes crean, en quienes cocinan”, afirmó.

Detalló que “Ventana a México” cuenta con la participación de 16 estados, con presencia de personas artesanas y cocineras tradicionales que ofrecen desde



piezas textiles y de alfarería, hasta platillos representativos de distintas regiones del país.

Asimismo, indicó que este espacio estará abierto el 25 y 26 de abril, de 10:00 a 18:00 horas, como un punto de encuentro pensado para recorrer sin prisa, interactuar y descubrir la diversidad cultural de México.

En su oportunidad el secretario de Turismo de Guerrero, Simón Quiñones, destacó que esta edición marca un momento clave al regresar a su origen y, al mismo tiempo, evolucionar hacia un modelo más incluyente.

“Después de cinco décadas, el Tianguis vuelve a casa, pero también vuelve a su esencia. Hoy no solo es un espacio para hacer negocios y promover destinos, hoy el Tianguis también se abre a la gente”, expresó.

Agregó que “Ventana a México” nace precisamente con ese propósito: permitir que habitantes y visitantes vivan de cerca la riqueza cultural del país, en un espacio donde convergen sabores, tradiciones e identidad.

Como parte de esta programación abierta, Rodríguez Zamora resaltó que además de Ventana México, la edición 50 del Tianguis Turístico incluirá otros eventos gratuitos para así fortalecer el vínculo entre el turismo y la comunidad.

Destacó, por ejemplo, el concierto de “México Canta”, que se llevará a cabo en el Auditorio Sinfonía del Mar, un escenario emblemático frente al Pacífico con la participación de agrupaciones y artistas como Los Primos, La Marca de Durango, K-Paz de la Sierra, Alacranes Musical, además de talento como Sergio Maya, Brian Muñoz, Cano Aguilar y Galia Surob, en un ambiente familiar y con acceso completamente gratuito.

Asimismo, subrayó la realización del Festival del Taco, en el Pueblo Mágico de Taxco, que tendrá lugar del 30 de abril al 2 de mayo en la Plaza Borda, en un horario de 14:00 a 20:00 horas, donde se reunirán cocineras, cocineros y propuestas gastronómicas de distintas regiones.

Bajo el concepto “32 sabores, 32 estados”, cada participación reflejará la diversidad culinaria de México, desde preparaciones tradicionales hasta reinterpretaciones contemporáneas, convirtiendo este encuentro en un recorrido gastronómico que celebra la identidad y creatividad de cada entidad.

“Que se viva en la calle, que la gente se acerque, que Acapulco no sólo hospede el evento, sino que lo disfrute y lo haga suyo”, concluyó.

Durante la inauguración se contó con la presencia de la subsecretaria de Turismo del Gobierno de México, Nathalie Desplas Puel; las y los secretarios de Turismo de Puebla, Carla López-Malo Villalón; de San Luis Potosí, Yolanda Josefina Cepeda Echavarría; de Hidalgo, Elizabeth Quintanar Gómez; de Tlaxcala, Fabricio Mena Rodríguez; la secretaria de Cultura de Veracruz, Xóchitl Molina González; la subsecretaria de Turismo de Baja California, Martha Domínguez; la



CAMARA DE COMERCIO
SERVICIOS Y TURISMO
CIUDAD DE MEXICO

artesana Adelina Martínez Petronilo; la cocinera tradicional Aida Ortiz Guillén; entre otros.

FUENTE

<https://www.gob.mx/sectur/articulos/ventana-a-mexico-el-primer-escaparate-gratuito-del-tianguis-turistico-2026?idiom=es>

Alertan de falsas ofertas de empleo ligadas al Mundial.

Publicado: el 25 abril 2026.

Por: Redacción 24 Horas

Autoridades federales y locales advirtieron sobre el aumento de falsas ofertas de empleo vinculadas a la Copa Mundial de Fútbol 2026, las cuales circulan principalmente en redes sociales y páginas web fraudulentas para captar a personas en situación vulnerable.

La Secretaría de Seguridad y Protección Ciudadana (SSPC), en coordinación con la Policía Cibernética de la Secretaría de Seguridad Ciudadana (SSC) de la Ciudad de México, emitió una serie de recomendaciones para evitar caer en este tipo de fraudes.

De acuerdo con las autoridades, los ciberdelincuentes aprovechan la alta demanda de empleos temporales que generan eventos de gran magnitud para difundir anuncios engañosos que prometen:

- Sueldos elevados
- Traslados y hospedaje incluidos
- Requisitos mínimos
- Contratación rápida o inmediata

Estas ofertas suelen atraer a jóvenes, migrantes y personas en situación económica vulnerable.

Recomendaciones para no caer en estafas

En muchos casos, las redes criminales utilizan supuestos empleos en bares, centros nocturnos o servicios de acompañamiento como fachada para encubrir actividades ilícitas. Además, solicitan pagos anticipados por trámites inexistentes como visas, uniformes o capacitaciones.

Ante este panorama, las autoridades recomiendan:

- Investigar la empresa que ofrece el empleo
- Desconfiar de páginas con poca información o de reciente creación
- Evitar ofertas demasiado atractivas o con sueldos elevados sin requisitos claros
- No realizar pagos anticipados por ningún concepto
- No compartir documentos personales sin verificar la legitimidad del empleador
- Desconfiar de reclutadores que solo usan mensajería o correos genéricos
- Verificar la existencia del lugar de trabajo
- Informar a familiares o conocidos sobre la oferta
- Evitar acudir a entrevistas en lugares inseguros o aislados



Para mayor orientación, la ciudadanía puede consultar la “Ciberguía” disponible en el portal oficial del gobierno federal. Asimismo, la Policía Cibernética de la SSC mantiene canales de atención para reportar actividades sospechosas, a través de teléfono, correo electrónico y redes sociales oficiales.

Las autoridades reiteraron que estas acciones buscan fortalecer la cultura de prevención, proteger la información personal y evitar delitos que afecten el patrimonio de la población.

FUENTE

<https://24-horas.mx/cdmx/alertan-de-falsas-ofertas-de-empleo-ligadas-al-mundial/>

American Airlines celebra 100 años de existencia.

Publicado: el 25 abril 2026.

Por: Nadia Hernández

De visita en Ciudad de México, Virginia Uzal, directora Comercial para México, Centroamérica, Colombia y Ecuador en American Airlines, compartió que en 2026 la aerolínea cumplió 100 años y actualmente cuenta con una conectividad desde Estados Unidos con 30 ciudades de México.

“En la ciudad de Chicago se encuentra nuestro hub con 480 vuelos diarios a más de 160 destinos de 17 países, entre ellas México y actualmente contamos con más de 100 mil colaboradores en todo el mundo”, señaló.

De acuerdo con la aerolínea, en el Aeropuerto Internacional de Miami, se celebró su centenario el pasado 15 de abril, además de algunos eventos la línea aérea sorprendió a un grupo de pasajeros que vivieron de cerca la experiencia de esta celebración histórica. En tanto que en México también se llevó a cabo una celebración en Cancún.

Por su parte, José María Giraldo, director General de Operaciones para México, Canadá, Centroamérica y el Caribe, señaló: “Nos llena de orgullo celebrar el centenario de American Airlines, un hito no solo en la historia de nuestra aerolínea, sino también de la industria de la aviación,” dijo.

“Honramos esta sólida trayectoria con la certeza de que hemos construido una aerolínea que seguirá impulsando a nuestros clientes y a la compañía hacia adelante durante los próximos 100 años”, añadió.

Virginia Uzal indicó que en el marco de la celebración los miembros de AAdvantage que reserven un vuelo entre el 15 y el 30 de abril pueden ingresar su código de confirmación válido en el formulario de participación en línea para recibir 100 participaciones adicionales. Los viajeros pueden obtener hasta 400 participaciones adicionales reservando cuatro viajes diferentes e ingresando su código de confirmación.

Los miembros de AAdvantage pueden participar en un sorteo para ganar 100,000 millas AAdvantage. Cuando American Airlines lanzó el programa AAdvantage en 1981, fue el primer programa de viajero frecuente del mundo. Este programa, que recompensa a sus miembros por sus viajes y mucho más, ha crecido hasta reflejar el legado de innovación de American Airlines.

Entre las mejoras se incluyen recompensas antes, durante y después de cada nivel de estatus, así como la flexibilidad de usar millas para vuelos, ascensos de categoría, tarjetas de regalo y mucho más.

Cabe destacar que American Airlines alcanza un hito histórico al celebrar el centenario de su primer vuelo, realizado en 1926 por un biplano DH-4 que transportaba correo entre Chicago y San Luis. Lo que comenzó bajo el nombre



de Robertson Aircraft Corporation se ha transformado, tras diez décadas de innovación y expansión, en un pilar indiscutible de la aviación global.

Desde la introducción del icónico Douglas DC-3 en 1936 hasta la reciente implementación de las exclusivas Flagship Suite, la aerolínea ha liderado hitos como la creación del primer programa de lealtad y la apertura de la primera sala VIP en un aeropuerto, consolidando un legado que hoy define la experiencia del viajero moderno, de acuerdo con su sitio web.

American opera una flota que ronda las 1,500 aeronaves, consolidándose como el mayor operador mundial de los siguientes modelos:

- • Airbus A321: 303 aeronaves.
- • Airbus A319: 130 aeronaves.
- • Embraer E175/170: 224 aeronaves (la flota regional más grande del mundo).
- • Embraer ERJ-145: 91 aeronaves.
- • Boeing 787-8 Dreamliner: 37 aeronaves.

Además de liderar estas categorías, se mantiene como el segundo mayor operador global de caballos de batalla como el Boeing 737-800 y el Boeing 777-200ER. Con estas cifras, American Airlines inicia su segundo siglo de vida no solo como una aerolínea histórica, sino como el titán que marca el ritmo de la industria aeroespacial.

FUENTE

<https://inversion-turistica.com/2026/04/25/american-airlines-celebra-100-anos-de-existencia/>



AFEET realizará por primera vez en conjunto su Convención y Congreso.

Publicado: el 25 abril 2026.

Por: Nadia Hernández

Previo a su participación en la edición 50 del Tianguis Turístico de México, la Asociación Femenil de Ejecutivas de Empresas Turísticas (AFEET) Nacional, celebró su Junta Reglamentaria mensual en la que se dieron a conocer cambios en las acciones y actividades que se llevarán a cabo en los próximos meses.

Claudia González, presidenta de AFEET, adelantó que por primera ocasión, se realizará la Convención Anual AFEET 2026 junto con su Congreso Internacional, teniendo como sede Ixtapa Zihuatanejo.

Lo anterior es una de las novedades y cambios en la estructura que ya había anunciado Claudia González al asumir la presidencia y parte de su plan de trabajo que reafirma la relevancia de los eventos insignia de la asociación como el Congreso Internacional AFEET, Expo AFEET, Carrera AFEET y el Women's Tourism Summit, los cuales continuarán siendo pilares de visibilidad, conexión y posicionamiento para las asociadas y para la industria, dijo.

Del 2 al 6 de septiembre se realizará la Convención Nacional, mientras que el día 3 de septiembre el Congreso, ambos eventos en Ixtapa Zihuatanejo, destino que se ha posicionado dentro de las empresas de AFEET y estarán bajo la anfitronía de América de la Vega, presidenta de la Filial Guerrero.

Claudia González confirmó la participación de AFEET con 63 asociadas en el Tianguis Turístico a realizarse en Acapulco, Guerrero, del 27 al 30 de abril próximo, donde tendrán presencia en la mesa de trabajo de la Secretaría de Turismo federal (Sectur) y Fonatur; así como a la activación del parque temático Mundo Charro.

Además, AFEET Nacional organizará un evento de bienvenida al Tianguis exclusivo para socias, que será patrocinado por Assist Card y Mundo Cuervo. Así también la asociación firmará una Convenio con Skal, y asistirán al panel de esta misma agrupación centrado en mujeres exitosas; al igual que a una mesa de trabajo con el Consejo Nacional Empresarial Turístico (CNET), donde se hablará del futuro del turismo.

La presidenta de AFEET aclaró que se firmará un convenio con Lizette Tapia Castro, alcaldesa de Ixtapa Zihuatanejo con el objetivo de promover el Congreso, evento que también celebrará el Aniversario de AFEET Filial Guerrero, fundada en 1990, la primera representación del interior del país.

En el marco de la Junta Reglamentaria, las socias de AFEET conocieron la oferta de hospedaje de Grupo Posadas, en especial de Fiesta Inn Insurgentes Viaducto CDMX, ya que Mónica Romero, ejecutiva de Ventas, expuso mediante una presentación, que el hotel cuenta con 210 habitaciones grandes con excelente vista a la metrópoli, y 7 Junior Suites.



Ofrece instalaciones para el segmento de negocios y MICE, ya que cuenta con cinco salones, dos salas de juntas, centro de negocios, restaurante y cafetería. Y una excelente ubicación ya que el edificio de siete pisos, se encuentra a unas cuadras del World Trade Center, del Estadio Azul y de la Plaza de Toros.

Claudia González agradeció a Guadalupe Nava de Grupo Posadas, la oportunidad de conocer sobre la cadena hotelera y su división Fiesta Americana Travelty Corporate & Consortia; así como su asistencia a la III Junta de 2026.

Aeroméxico y Sabre también fueron patrocinadores de esta reunión a la que asistieron expresidentas de AFEET para darle un toque especial, dijo Claudia González, quien aprovechó para dar la bienvenida a Karla Sing, quien cambió de estar agremiada en la filial Baja California, a AFEET Nacional.

Durante el evento se dieron a conocer las fechas confirmadas de las próximas Juntas Reglamentarias, que tendrá verificativo: 26 de mayo, 25 de junio, 23 de julio, 25 de agosto, 27 de octubre y 24 de noviembre.

Por su parte, Rocío Mejía presentó el programa AFEET Kids Leader, que tiene por objetivo destacar la importancia del trabajo con niños por parte de mujeres importantes, talentosas y poderosas.

Luego de festejar a las cumpleañeras del mes, se dio la bienvenida con la Toma de Protesta y colocación de su pin institucional a la nueva integrante de AFEET: Noemí del Carmen Amora Parada, quien cuenta con una amplia experiencia en hotelería.

FUENTE

<https://inversion-turistica.com/2026/04/25/afeet-realizara-por-primera-vez-en-conjunto-su-convencion-y-congreso/>



Brasil Roadshow by B2Live llega a la CDMX, encuentro para conectar con la industria turística.

Publicado: el 25 abril 2026.

Por: Nadia Hernández

Los principales destinos turísticos brasileños y la oferta de conectividad aérea que ofrece Copa Airlines, estuvieron presentes en el encuentro BRASIL Roadshow by B2LIVE exclusivo para profesionales de los viajes, operadores mayoristas y medios de comunicación especializados, que en esta ocasión llegó a la Ciudad de México.

Con la participación de Embratur, la agencia federal de promoción turística de Brasil, y una nutrida delegación de prestadores de servicios y representantes de los destinos: Sao Paulo, Río de Janeiro, Bahía Salvador, Porto Seguro, Pernambuco y Brasilia, el BRASIL Roadshow by B2LIVE consistió en workshop, networking, presentación oficial, talk show y finalizó con una experiencia gastronómica.

Luciana Fernandes, directora ejecutiva de B2Live destacó que el encuentro dinámico con mesas de negocios y espacios lounge para reuniones uno a uno con destinos, hoteles y partners de Brasil, la conversación sobre tendencias del mercado turístico hacia Brasil, conectividad aérea y oportunidades de crecimiento, es con el objetivo de conectar con el mercado mexicano para la comercialización de productos, facilitar la capacitación, sobre todo a inspirar y fortalecer las relaciones entre ambos países en materia turística.

Juliana Guerrero, representante del Ministerio de Relaciones Exteriores de Brasil, señaló que el gigante sudamericano fue nombrado: El Destino del Año 2026 por la revista Travel Leisure, y reconocido por ser sede de importantes eventos internacionales, como la COP en Belén y el Mundial Femenino de Fútbol en 2027, lo que genera visibilidad y atrae visitantes.

México ocupa actualmente el puesto 16 en el ranking de turistas para Brasil, por lo que es una oportunidad de negocio ya que el país ofrece una naturaleza exuberante, una cultura vibrante, una gastronomía exquisita y eventos culturales, deportivos y festivales durante todo el año, adaptándose a todos los gustos y tipos de viajeros, añadió y a su vez invitó a los operadores turísticos a superar este número, pues dijo, hay un gran potencial de crecimiento.

Conectividad con Copa Airlines

Durante el talk show, Mauro Arredondo, gerente general de México en Copa Airlines, destacó la conectividad ágil a través del Hub, con un servicio de clase mundial. Y señaló que el programa «Panama Stopover»: permite a los turistas mexicanos quedarse en Panamá por una o dos noches sin costo adicional en la tarifa aérea, añadiendo valor a su viaje.



“El Hub de las Américas en Panamá ofrece un proceso de conexión eficiente: los pasajeros de México con destino a Brasil no pasan por migración ni aduana en Panamá, y su equipaje se documenta hasta el destino final. Esto permite conexiones rápidas, incluso de 50 minutos a una hora”, señaló Mauro Arredondo.

Agregó que conecta las principales ciudades de México con ocho destinos importantes en Brasil desde Panamá:

- * São Paulo (6 frecuencias diarias)
- * Río de Janeiro (3 frecuencias diarias)
- * Manaus (diario)
- * Porto Alegre (diario)
- * Belo Horizonte (diario)
- * Brasília (diario)
- * Florianópolis (4 veces por semana)
- * Salvador de Bahía (4 veces por semana)

Mauro Arredondo subrayó que Copa Airlines cuenta con una flota de aproximadamente 120 aviones, con una antigüedad promedio de 8-10 años. “Aunque son aviones de cabina angosta (un solo pasillo), son de última generación y ofrecen entretenimiento a bordo. En rutas a São Paulo y Río de Janeiro, la clase Business cuenta con asientos que se reclinan 180 grados (cama), y la clase Turista ofrece ‘Economy Extra’ con asientos más amplios para mayor confort en vuelos largos”, dijo.

El directivo recordó que Copa ha sido reconocida como la aerolínea más puntual de América Latina por 11 años consecutivos, un factor crucial dada la alta proporción de pasajeros que realizan conexiones. Respecto al servicio a bordo, expuso que mantiene el servicio «legacy carrier»: comida completa de cortesía y una franquicia de equipaje competitiva, incluyendo equipaje de mano de hasta 10 kg sin costo. Recomendó «Copa Vacations» para ofrecer paquetes competitivos (avión + servicios terrestres).

Durante el evento los organizadores de la agencia B2LIVE anunciaron incentivos para agentes de viajes mexicanos a través de la campaña «Vender viajes a Brasil ahora puede llevarte aún más lejos en Brasil», el cual ofrece la oportunidad de ganar «Gifty Cars» de 100 y 250 dólares. Las candidaturas están abiertas del 21 de enero al 20 de julio.

Destinos turísticos

Durante el panel de destinos, se expusieron experiencias que van más allá de sus puntos más conocidos, atendiendo a diferentes perfiles de viajeros y promoviendo la diversificación de itinerarios, en los destinos de Sao Paulo, Río de Janeiro, Bahía Salvador, Porto Seguro, Pernambuco y Brasilia.

El estado de Ceará, ubicado en la región Nordeste de Brasil, cuya capital es Fortaleza, se encuentra en la línea del Ecuador, y es la cuarta ciudad más grande de Brasil.



Ceará. Playas y Atractivos:

- * Jericoacoara: Un destino hermoso y aislado dentro de un parque nacional de dunas.
- * Cumbuco: Muy popular para el kitesurf, considerado uno de los destinos más buscados del mundo para|| esta actividad.
- * Canoa Quebrada: Playa con mucha vida nocturna para jóvenes, cercana a Fortaleza.
- * Cómo Llegar desde México: No hay vuelos directos. Las opciones son: vía EE. UU. (Miami/Orlando) con vuelos directos a Fortaleza (si el cliente tiene visa estadounidense). vía São Paulo con Aeroméxico o LATAM, y luego conexión a Fortaleza.

Rutas Turísticas dentro de Ceará: El estado ofrece 6 rutas para explorar su diversidad:

- * Ruta de los Acanilados: Costa este de Fortaleza, con acantilados de colores y deportes extremos como vuelos libres y kitesurf.
- * Ruta de la Costa de los Vientos: Conocida por el kitesurf, con excelente infraestructura y destinos como Cumbuco, Flecheiras y Jericoacoara.
- * Ruta de las Emociones: Recorre tres provincias del noreste de Brasil (Ceará, Piauí y Maranhão).
- * Ruta del Cariri: Sur del estado, enfocada en turismo religioso, cultural y ecoturismo, incluyendo un geoparque reconocido por la UNESCO.
- * Ruta del Café Verde: Permite conocer haciendas de café en la sierra de Ceará, a solo 1.5 horas de Fortaleza.
- * Ruta de Mirantes de Ibiapava: Otra zona montañosa con cuevas y producción de cachaza.

Característica Singular: La diversidad de estilos y opciones para diferentes segmentos turísticos (jóvenes, mayores, ecoturismo, parejas, playas vírgenes).

Itinerarios Sugeridos:

- * 7 Días: Empezar en Fortaleza y explorar una de las costas (este u oeste), incluyendo destinos como Canoa Quebrada o el nuevo hotel Club Med en Fortim.
- * 10 Días: Combinar Fortaleza con ambas costas o con zonas del interior, como las sierras, para quienes disfrutan del ecoturismo.
- * Infraestructura: Cuenta con 4 aeropuertos activos (Fortaleza, Jericoacoara, Aracati/Canoa Quebrada y el sur del estado) y buenas carreteras que facilitan el acceso.

São Paulo:

* Importancia Estratégica: Más allá de ser un centro corporativo, el estado de São Paulo es un destino diverso con 645 municipios, 880 km de costa, 4200 km de ríos navegables y una población de 44 millones de personas, ofreciendo innumerables experiencias.



* Oferta Diversificada: Combina sol, playa, montañas, vino, café y actividades únicas como vuelos en globo aerostático.

Novedades y Productos para el Mercado Internacional:

- * Ruta de Vinos: Una oferta emergente de excelente calidad, con bodegas a 60 km de la capital, ideal para clientes corporativos que buscan extender su viaje.
- * Ruta del Café: Sao Paulo es uno de los principales productores de café de América.
- * Grandes Eventos: Sigue siendo sede de eventos como la Fórmula 1 y ferias importantes.
- * Producto «Montañas, Fe y Mar»: Un itinerario de 7 días que combina: 3 días en la montaña (vino, aceite de oliva). 2 días de turismo religioso (Basílica de Aparecida). 2 días en la playa (San Sebastián).

Recomendación para agentes: Es crucial entender el perfil del cliente para posicionarlo en la experiencia más adecuada, ya que el estado ofrece desde paisajes naturales hasta entretenimiento urbano.

Río de Janeiro:

* Diversificación de la Oferta: Aunque los puntos tradicionales (Copacabana, Cristo Redentor, Pan de Azúcar) son esenciales, se recomienda explorar el interior del estado.

* Destinos en el Interior: Playas como Búzios, Arraial do Cabo y Cabo Frio, y la ciudad de Petrópolis.

Actividades y Eventos: Ofrece una gran riqueza cultural, fiestas, grandes eventos como Rock in Rio y Rock the Mountain (en Petrópolis, en un entorno natural). También cuenta con la opción de vuelos en globo.

Itinerarios Sugeridos:

- * Mantener 4 a 5 días en la ciudad de Río.
- * Añadir 3 días para explorar un destino en el interior del estado.
- * Recomendación para Agentes: Lo más importante es conocer al cliente para saber qué tipo de experiencia busca, ya que Río puede ofrecer desde actividades de playa hasta opciones culturales, de naturaleza o incluso sin involucrar la playa.

FUENTE

<https://inversion-turistica.com/2026/04/25/brasil-roadshow-by-b2live-llega-a-la-cdmx-encuentro-para-conectar-con-la-industria-turistica/>