



Con resultados satisfactorios, la Ciudad de México desarrolló una intensa jornada de trabajo en FITUR 2026

Publicado el 23 enero 2026.

- Se registraron más de 200 citas de negocios con touroperadores de diversas ciudades del mundo
- La CDMX obtuvo dos premios y dos reconocimientos
- La capital consolidó ser sede de eventos internacionales y protagonista de la Copa Mundial de la FIFA 2026

Durante la Feria Internacional de Turismo (FITUR), celebrada en Madrid, la Ciudad de México desarrolló una intensa jornada de trabajo y consolidó el posicionamiento internacional de la capital mexicana como destino turístico, deportivo, cultural y social rumbo a la Copa Mundial de la FIFA 2026.

Al hacerse un recuento de actividades, durante estos cinco días, se lograron más de 200 citas de negocios con operadores y empresas turísticas de diversas ciudades del mundo; hubo participación de la Ciudad de México en la inauguración oficial del Pabellón de México, encabezada por la Secretaría de Turismo Federal, con la presencia de gobernadoras y gobernadores, autoridades federales y estatales, así como de los Reyes de España, en un acto que reafirmó la relevancia de México como país invitado y su liderazgo en el escenario turístico global.

En el marco de desarrollo de Fitur se registraron varios aspectos relevantes como fue la reunión de trabajo con el Ministerio de Turismo de Buenos Aires, la cual fue orientada a explorar oportunidades de colaboración y a fortalecer la promoción turística de la Ciudad de México en el contexto internacional actual.

Se firmó el convenio de colaboración en materia de capacitación con la Escuela de Turismo Vatel, reconocida como una de las instituciones más importantes de España en formación turística, con el objetivo de impulsar la profesionalización, el desarrollo de talento y la excelencia en el sector turístico de la capital.

En materia de convenios, se firmó un convenio de colaboración con el Consejo Nacional Empresarial Turístico, orientado a fortalecer la coordinación de la cadena de valor del turismo y a consolidar una visión compartida de desarrollo turístico sostenible.

Como parte de las actividades de promoción estratégica, en el stand de la Ciudad de México se realizó la presentación del Estadio Banorte, dirigida a prensa especializada y al sector turístico. Durante la presentación se destacó la relevancia del Estadio Banorte como un recinto icónico de la capital, recientemente renovado rumbo a la Copa Mundial de la FIFA 2026 y consolidado como un estadio de clase mundial.



También se llevó a cabo el evento “Ciudad de México: Mejor Destino Gastronómico”, organizado en colaboración con la Dirección General de Diplomacia Turística de la Secretaría de Relaciones Exteriores, la Embajada de México en España y la Academia Mexicana de Gastronomía. En este acto se posicionó a la Ciudad de México como uno de los grandes destinos gastronómicos del mundo y se entregaron cuatro reconocimientos y una mención especial a exponentes del sector.

PREMIOS Y RECONOCIMIENTOS A LA CIUDAD DE MÉXICO En materia de turismo social, el trabajo del Gobierno de la Ciudad de México y de la Secretaría de Turismo fue reconocido con el Premio de la Asociación Internacional para la Cooperación Turística (ASICOTUR). Así como el Premio Aire Libre de Turismo Social al programa Colibrí Viajero.

De forma adicional, hubo un reconocimiento especial por parte de la Revista Aire Libre al Maratón de la Ciudad de México, por la promoción y organización como uno de los mejores del mundo. Y también la Federación Internacional de Periodistas de Turismo otorgó un reconocimiento.

También se llevó a cabo La Noche Chilanga: “La Pelota Vuelve a Casa”, en el Museo del Fútbol, donde hubo un encuentro que reunió a cerca de 200 empresarios, representantes de medios de comunicación, cuerpos diplomáticos y operadores turísticos, gracias a una colaboración inédita entre Grupo Ollamán, Host City Ciudad de México y Grupo Financiero Banorte. Este evento consolidó el posicionamiento de la capital como sede de grandes eventos internacionales y como protagonista del camino rumbo a la Copa Mundial de la FIFA 2026.

Durante la Feria, la Secretaria de Turismo, Alejandra Frausto otorgó 14 entrevistas con diversos medios de comunicación internacionales, fortaleciendo de manera significativa la visibilidad de la ciudad en Europa. Entre los medios destacados se encuentran TVE, ESPN, ABC España, Europa Press y KISS FM, lo que permitió amplificar el mensaje de la Ciudad de México como una capital abierta, cultural y lista para albergar grandes eventos internacionales.

De manera permanente, se contó con la participación de luchadores profesionales del Consejo Mundial de Lucha Libre, el Charro González, las Catrinas y la Jacaranda Viva, quienes compartieron con los visitantes la diversidad de experiencias turísticas que ofrece la Ciudad de México. Destacó la activación del vehículo de Fórmula 1, ubicado en el exterior del pabellón, donde 89 personas realizaron un recorrido virtual por el Autódromo Hermanos Rodríguez, reforzando el posicionamiento del Gran Premio de la Ciudad de México 2026.

DATOS DUROS

- Más de 200 citas de negocios con touroperadores de diversas ciudades del mundo.



- La CDMX obtuvo dos premios y dos reconocimientos
- Se obtuvo el Premio de la Asociación Internacional para la Cooperación Turística (ASICOTUR), en materia de turismo social, el trabajo del Gobierno de la Ciudad de México y de la Secretaría de Turismo.
- Se obtuvo el Premio Aire Libre de Turismo Social al programa Colibrí Viajero, reconocimiento especial por parte de la Revista Aire Libre al Maratón de la Ciudad de México por la promoción y organización como uno de los mejores del mundo.
- Se firmó el convenio de colaboración en materia de capacitación con la Escuela de Turismo Vatel.
- Se firmó un convenio de colaboración con el Consejo Nacional Empresarial Turístico.
- Se realizó la presentación del Estadio Banorte.
- Se realizó el evento “Ciudad de México: Mejor Destino Gastronómico”, organizado en colaboración con la Dirección General de Diplomacia Turística de la Secretaría de Relaciones Exteriores, la Embajada de México en España y la Academia Mexicana de Gastronomía.
- Se realizó el evento La Noche Chilanga: “La Pelota Vuelve a Casa”, en el Museo del Fútbol, donde hubo un encuentro que reunió a cerca de 200 empresarios, representantes de medios de comunicación, cuerpos diplomáticos y operadores turísticos.
- La Secretaría de Turismo del Gobierno de la Ciudad de México, la licenciada Alejandra Frausto otorgó 14 entrevistas con diversos medios de comunicación internacionales, fortaleciendo de manera significativa la visibilidad de la ciudad en Europa. Entre los medios destacados se encuentran TVE, ESPN, ABC España, Europa Press y KISS FM.

FUENTE

<https://www.turismo.cdmx.gob.mx/comunicacion/nota/con-resultados-satisfactorios-la-ciudad-de-mexico-desarrollo-una-intensa-jornada-de-trabajo-en-fitur-2026>

Trabajo con IP, clave en nueva promoción de México: Sector

Publicado: el 22 enero 2026.

Además de los 32 estados del país, en la delegación mexicana de Fitur también hay líderes empresariales; replicarán modelo en las 17 ferias donde México participará este año.

Madrid, España. La promoción de los atractivos de México ha cambiado y el reto es mantener el equipo de trabajo logrado entre los sectores público y privado, como se refleja en esta edición de la feria de turismo Fitur, donde acuden los 32 estados, porque es lo único que garantiza el éxito ante los retos que se enfrentan, asegura la secretaria de Turismo, Josefina Rodríguez.

Durante una pausa en el primer día de actividades del encuentro en donde México es país socio, también recuerda a El Economista que, en lo general, las cifras que reporta el Inegi son positivas en cuanto a llegada de visitantes internacionales, aunque en el detalle la llegada de turistas internacionales por vía aérea, que representan el 80% de las divisas turísticas, está en signo negativo.

“Creemos en un México que se ha transformado. Hoy ¿qué da más? Me ha dado más (beneficio) la activación de El oso y el madroño, intervenido por el artista César Menchaca (en la Puerta del sol), que incluso una pantalla en un aeropuerto internacional. Va cambiando todo y hay que ajustarse”, explica.

Además, ha apostado a promover en redes sociales su actividad diaria que tiene como objetivo ser el quinto país más visitado del mundo en el 2030 sin contar ya con un organismo de promoción turística con recursos suficientes.

Luego de más de un año de trabajo, este miércoles se cortó el listón del pabellón mexicano que marcó el inicio de un año intenso liderado por la atracción de visitantes que representará el Mundial de fútbol.

¿Imaginaba así este momento?

Sí, así lo imaginaba. Me queda claro que el turismo se siente. El ver a un país entero en otro lugar eriza la piel. Es un momento muy importante. Los estados trabajan mucho para este día. Durante el recorrido pude ver la emoción de los touroperadores que vienen a vender a nuestro país. Eso contagia.

En la delegación mexicana también hay líderes empresariales y ejecutivos de alto nivel que vienen a buscar negocios. Ese mismo modelo se buscará replicar en las 17 ferias turísticas internacionales donde México estará presente este año.

“No iremos con el mismo tamaño del stand, pero sí con intensa promoción fuera de los recintos como aquí en Madrid, donde demos más incentivos al turista para que conozca un México que tal vez no tenía en su imaginación... Si das una buena imagen fuera del país con algo que cautive haces que la gente conozca y regrese”, explicó.



DATOS DUROS

- Participación de 32 estados del país en FITUR.
- Los líderes empresariales; replicarán el modelo en las 17 ferias donde México participará este año.
- La llegada de turistas internacionales por vía aérea, que representan el 80% de las divisas turísticas, está en signo negativo.
- Se ha apostado a promover en redes sociales su actividad diaria que tiene como objetivo ser el quinto país más visitado del mundo en el 2030 sin contar ya con un organismo de promoción turística con recursos suficientes.

FUENTE

<https://www.eleconomista.com.mx/empresas/trabajo-ip-clave-nueva-promocion-mexico-sectur-20260122-796493.html>

CDMX: denuncia por obras para el Mundial con el dinero del turismo.

Publicado: el 27 enero 2026.

La periodista, investigadora y columnista del Grupo Reforma, Peniley Ramírez, señaló en su cuenta de X que hizo el recuento sobre la modificación de las reglas en la operación del Fondo Mixto de Promoción Turística de la Ciudad de México destinadas a pagar obras públicas para el Mundial de Fútbol.

“Acá hilo con mi #Linotipia de esta semana sobre el fideicomiso de CDMX para pagar obra pública para el mundial. Tuve acceso a contratos y pagos confidenciales que evidencian un esquema de financiamiento sin transparencia ni fiscalización”, asegura Ramírez en X.

Se refiere a que el dinero del fideicomiso se podría utilizar en acciones de promoción de CDMX que fuesen propuestas por dependencias de gobierno, pero además por empresas y organizaciones privadas, pero además en infraestructura.

Los artículos 23 al 26 con dos nuevos capítulos: Capítulo IX “Erogaciones con cargo al patrimonio del fondo” y Capítulo X “Acciones de promoción”. “El Fondo podrá destinar recursos a acciones de promoción que se financien con cargo al patrimonio del Fondo, siempre y cuando sean congruentes con sus finalidades”, menciona el reglamento, según El Sol de México en septiembre de 2025.

En julio de 2025, el Gobierno de la Ciudad de México y el BBVA crearon un fideicomiso privado por 4.000 millones de pesos para financiar las obras de infraestructura de cara al Mundial de Fútbol 2026. El esquema financiero plantea que la capital puede canalizar recursos sin sumarlos como deuda pública bajo los criterios de la Secretaría de Hacienda y Crédito Público (SHCP) y pagaderos a cinco años, señaló en su momento el BBVA.

El banco contemplaba dos desembolsos, uno de 2,500 millones de pesos en julio 2025 y 1,500 millones de pesos en enero 2026, los cuales estarán destinados exclusivamente a proyectos estratégicos vinculados al evento deportivo, según El Economista.

La Jefa de Gobierno de la Ciudad de México, Clara Brugada, señaló en su momento que “las obras del mundial las estamos financiando a partir de una estructura que montamos sobre el Fondo Mixto de Promoción Turística, en donde en vez de que esos recursos se utilicen solo para publicidad, se van a utilizar para infraestructura permanente”, dijo en su momento.

Javier Puente, presidente de la Asociación de Hoteles de la Ciudad de México, resaltó que el “Fondo Mixto está creado con una originalidad que es la promoción turística; podemos estar de acuerdo, tal vez temporalmente, con cierta inversión en infraestructura turística porque se necesita, misma que da seguridad, genera valor añadido al turista, desarrolla nuevas colonias y zonas, pero la promoción debe ser el carácter más importante del Fondo”.



Por su parte, Carlos Martínez Velázquez, director del Fondo Mixto de Promoción Turística de la Ciudad de México, dijo en junio pasado: “El Fondo Mixto se reformó para poder invertir en infraestructura turística; esto se hizo con el aval unánime del Comité Técnico, donde participa la iniciativa privada. No estamos abandonando la promoción, pero el Mundial requiere esta inversión temporal”.

Como lo informó REPORTUR.mx, para las fechas cercanas al Mundial de Fútbol 2026 se han incrementado las tarifas hoteleras en Ciudad de México. Según los precios de diciembre de las plataformas como Booking y Expedia, son las más altas entre todas las sedes en México, Estados Unidos y Canadá. (Mundial 2026: CDMX encarece hoteles más que USA o Canadá).

DATOS DUROS

- En julio de 2025, el Gobierno de la Ciudad de México y el BBVA crearon un fideicomiso privado por 4.000 millones de pesos para financiar las obras de infraestructura de cara al Mundial de Fútbol 2026.
- El banco contemplaba dos desembolsos, uno de 2,500 millones de pesos en julio 2025 y 1,500 millones de pesos en enero 2026.

FUENTE

<https://www.reportur.com/hoteles/2026/01/27/cdmx-denuncia-por-obras-para-el-mundial-con-el-dinero-del-turismo/>

México concreta 71 vuelos semanales a Europa y nuevas rutas de aerolíneas en FITUR.

Publicado: el 26 enero 2026.

El evento de turismo fungió como plataforma estratégica para fortalecer la presencia de México en el viejo continente.

México logra concretar en la Feria Internacional de Turismo (FITUR) un total de 71 vuelos semanales hacia Europa así como nuevas rutas en diferentes aerolíneas, aseguró la secretaria de Turismo, Josefina Rodríguez Zamora.

“Anuncios de nuevas rutas de Aeroméxico como Ciudad de México–Barcelona, con seis frecuencias semanales; Monterrey–París, con tres frecuencias semanales (...) nuevas rutas de Iberia, como Monterrey–Madrid, con tres frecuencias semanales, y Guadalajara–Madrid. A ello se suma la operación Querétaro–Madrid con Iberojet y el inicio de conversaciones entre Air Europa y Guanajuato para una posible nueva ruta”, reveló a través de un comunicado.

La funcionaria federal, mencionó que el evento de turismo a nivel internacional realizado en Madrid, fungió como plataforma estratégica para fortalecer la presencia de México en el viejo continente.

En este sentido, puntualizó que el objetivo fue posicionar a México como una potencia turística global.

“Esta edición rompió récords y marcó un antes y un después en la proyección internacional del turismo mexicano, al registrar más de 155 mil visitantes profesionales durante los primeros tres días; además, se convirtió en un evento clave para posicionar a México como un referente global en promoción, conectividad, inversión y cultura turística”.

“La participación de México en Fitur 2026 ha fortalecido su imagen como destino turístico global, al poner de manifiesto la solidez de su oferta turística, la unidad del sector y las amplias oportunidades de crecimiento y colaboración que se abren en 2026, un año clave para la consolidación de la industria turística nacional”, expresó.

Además de manera paralela, expuso que México fortaleció su atracción de inversiones turísticas mediante su participación en diferentes foros y reuniones estratégicas con grupos hoteleros.

En este sentido resaltó el anuncio de Wyndham Hotels & Resorts sobre la realización de un estudio para instalar hasta 25 nuevos hoteles en territorio mexicano, “lo que robustece la oferta de hospedaje y generará confianza para la expansión de proyectos turísticos de capital extranjero”.

DATOS DUROS

- México logra concretar en la Feria Internacional de Turismo (FITUR) un total de 71 vuelos semanales hacia Europa así como nuevas rutas en diferentes aerolíneas.
- Nuevas rutas de Aeroméxico como:
- Ciudad de México–Barcelona, con seis frecuencias semanales.



CAMARA DE COMERCIO
SERVICIOS Y TURISMO
CIUDAD DE MEXICO

- Monterrey–París, con tres frecuencias semanales.
- Nuevas rutas de Iberia, como Monterrey–Madrid, con tres frecuencias semanales, y Guadalajara–Madrid.
- Anuncio de Wyndham Hotels & Resorts sobre la realización de un estudio para instalar hasta 25 nuevos hoteles en territorio mexicano.

FUENTE

<https://www.milenio.com/negocios/mexico-concreta-71-vuelos-semanales-europa>