



SÍNTESIS INFORMATIVA TURISMO

SÁBADO 28 DE FEBRERO,
DOMINGO 01 Y LUNES 02 DE MARZO 2026

Shakira rompe récord de asistencia a un concierto masivo en el Zócalo de la CDMX; Brugada reporta 400 mil personas.

Publicado: el 02 marzo 2026.

Con la cifra alcanzada, "la loba" consiguió un nuevo récord de asistencia a un concierto gratuito en el Zócalo con 100 mil personas más.

Tras su presentación en el Zócalo capitalino, Shakira consiguió una asistencia de 400 mil personas reunidas para escuchar sus grandes éxitos, aseguró la Jefa de Gobierno, Clara Brugada.

Durante el concierto, interpretó temas emblemáticos que marcaron distintas etapas de su carrera, desde sus primeras baladas hasta los éxitos más recientes que la han mantenido vigente en las plataformas digitales y en los escenarios más importantes del mundo.

El show también representó un momento significativo dentro de su gira internacional, demostrando el poder de convocatoria que mantiene en América Latina y particularmente en México, uno de los países donde cuenta con una base de fans más sólida y en el que se ha presentado con anterioridad en la Plaza de la Constitución.

Con la cifra alcanzada, "la loba" consiguió un récord de asistencia a un concierto gratuito en el Zócalo con 100 mil personas más.

Conciertos con mayor asistencia en el Zócalo

Diversos cantantes han reunido a cientos de personas en la plancha del Zócalo de la CDMX, el récord hasta el momento se lo llevaba Los Fabulosos Cadillacs, con una cifra de 300 mil personas presenciando su show en vivo.

En segundo lugar, lo poseía el concierto de Grupo Firme, que en 2022 reunió a 280 mil asistentes.

El británico Paul McCartney en 2012 congregó a 230 mil personas para cantar sus grandes éxitos.

DATOS DUROS

- Con la cifra alcanzada, "la loba" consiguió un nuevo récord de asistencia a un concierto gratuito en el Zócalo con 100 mil personas más.
- Shakira consiguió una asistencia de 400 mil personas reunidas para escuchar sus grandes éxitos, aseguró la Jefa de Gobierno, Clara Brugada.



CAMARA DE COMERCIO
SERVICIOS Y TURISMO
CIUDAD DE MEXICO

FUENTE

<https://www.eluniversal.com.mx/metropoli/shakira-rompe-record-de-asistencia-a-un-concierto-masivo-en-el-zocalo-de-la-cdmx-brugada-reporta-400-mil-personas/>

Advierten fuga masiva de vivienda en renta en la CDMX por el Mundial 2026.

Publicado: el 02 marzo 2026.

Por: Samanta Escobar

Al acercarse el inicio de la Copa Mundial de la FIFA 2026, la presión en la vivienda en renta de la Ciudad de México (CDMX) aumenta. Para algunos expertos, se trata de un cambio pasajero en el mercado; sin embargo, asociaciones civiles advierten un incremento en la crisis habitacional.

Un análisis reciente de la Coalición Internacional para el Hábitat - América Latina advierte que, durante el primer semestre del 2025, en promedio tres viviendas completas se retiran cada dos días del mercado de alquiler residencial para destinarse a hospedaje turístico a través de Airbnb.

El estudio se basa en la última actualización de datos publicada por Inside Airbnb, que contabilizó, entre diciembre del 2024 y junio del 2025, un incremento neto de 770 nuevos espacios en la plataforma, con lo que llegó a 27,051 en la capital.

“Esto nos habla de una aceleración en la conversión de vivienda de uso residencial a alojamiento temporal en un momento crítico para la ciudad debido a la crisis de la vivienda que enfrenta y al acercarse la Copa Mundial de Fútbol de 2026”, se puede leer en el reporte.

Rentas más caras

En paralelo, la Asociación Mexicana de Profesionales Inmobiliarios (AMPI) reportó que la demanda de inmuebles habitacionales en alquiler aumentó 155% en el último año, impulsada en buena medida por el evento deportivo.

“Definitivamente hemos visto reflejado un alto movimiento, esto se está centralizando mucho en la Ciudad de México. Hemos identificado un incremento en los costos de renta de entre 15 y 20%, un fenómeno que se da como parte de la ley de oferta y demanda”, comentó la presidenta nacional de la AMPI, Jenny Althair Rivas Padilla.

De acuerdo con HIC-AL, en colonias como Juárez, Roma, Condesa y Centro Histórico es frecuente que los contratos de arrendamiento no se renueven, ya que los propietarios optan por migrar sus inmuebles al esquema de renta turística de corta estancia.

El problema de fondo

Federico Jiménez, regional partner en la zona Centro de 4S Real Estate, explicó que uno de los principales problemas estructurales de la capital es la insuficiente oferta de vivienda nueva, derivada de las dificultades regulatorias, financieras y de costos que enfrentan los desarrolladores.



“Lamentablemente no hay producto suficiente. Hay que estar muy atentos al precio. Sabemos el reto que significa para los desarrolladores lograr unidades de menos de 3 millones de pesos, es cada vez más difícil, pero creo que la ciudad está despertando”, añadió.

Este contexto combina una oferta limitada de vivienda asequible con una mayor demanda temporal por el Mundial 2026, lo que presiona al alza las rentas y reduce las opciones disponibles para residentes permanentes.

Incumplimiento del tope a Airbnb

Además del traslado de vivienda tradicional hacia plataformas digitales, HIC-AL expuso que persisten incumplimientos a la Ley de Turismo de la Ciudad de México, reformada en el 2023.

La normativa establece que ningún alojamiento anunciado en plataformas puede rentarse por más de 180 noches al año, con el objetivo de desincentivar la conversión de vivienda residencial en hospedaje turístico permanente.

No obstante, los datos de Inside Airbnb correspondientes a junio del 2025 evidencian un incumplimiento generalizado: 7,532 propiedades (28% del total) superan el límite de noches ocupadas proyectadas para todo el 2026.

“La violación de la norma, a diferencia de lo que se sostiene con frecuencia, está lejos de ser un fenómeno de pequeños propietarios. Uno de cada cinco anfitriones responsables de incumplir el límite legal, controla la mitad de los alojamientos que operan al margen de la regulación”, se lee en el reporte.

Para la Coalición, el crecimiento acelerado de la vivienda turística, su concentración en pocos operadores y la llegada del Mundial 2026 acentúan la crisis habitacional en la capital del país: “De no actuar ahora, la pérdida de vivienda asequible y el desplazamiento se seguirán profundizando”.

DATOS DUROS

- Incremento neto de 770 nuevos espacios en la plataforma, con lo que llegó a 27,051 en la capital.
- Hemos identificado un incremento en los costos de renta de entre 15 y 20%, un fenómeno que se da como parte de la ley de oferta y demanda”.
- La normativa establece que ningún alojamiento anunciado en plataformas puede rentarse por más de 180 noches al año, con el objetivo de desincentivar la conversión de vivienda residencial en hospedaje turístico permanente.
- Los datos de Inside Airbnb correspondientes a junio del 2025 evidencian un incumplimiento generalizado: 7,532 propiedades (28% del total) superan el límite de noches ocupadas proyectadas para todo el 2026.



CAMARA DE COMERCIO
SERVICIOS Y TURISMO
CIUDAD DE MEXICO

FUENTE

<https://www.eleconomista.com.mx/econohabitat/advierten-fuga-masiva-vivienda-renta-cdmx-mundial-20260302-802246.html>

CDMX: protesta de residentes por turistificación para el Mundial.

Publicado: el 02 marzo 2026.

De cara a la Copa del Mundo FIFA 2026, teniendo a la capital mexicana como una de las sedes, ciudadanos denunciaron que se han intensificado dinámicas que impactan directamente en la vida cotidiana de los residentes, por lo que se manifestaron a las afueras de la Secretaría de Turismo de la Ciudad de México.

Alrededor de 100 personas realizaron la marcha pacífica hasta las instalaciones de la Secretaría de Turismo de esta ciudad, señalando que el fenómeno genera desplazamiento de familias, transformación de espacios públicos y cambios en la vocación de barrios tradicionales, todo con el objetivo de hacerlos más atractivos para visitantes y eventos internacionales.

En la manifestación expusieron que “el proceso de turistificación prioriza las necesidades del turismo internacional sobre las de los habitantes de colonias, barrios y pueblos originarios” de la capital.

Adicionalmente, denunciaron que el Mundial 2026 está afectando el encarecimiento de la vivienda en la Ciudad de México, el alza en las rentas y afectando al comercio local debido a las obras que se realizan en el Estadio Banorte (Azteca), aseguraron los manifestantes.

“Por lo menos ocho construcciones ilegales se realizan en colonias aledañas al Estado Azteca, las cuales siguen operando con sellos de clausura”, aseguraron. En cuanto a las rentas de departamentos, dijeron que estas pasaron de 8 mil a 17 mil pesos y hasta los 25 mil.

Señalaron que el Mundial de Fútbol está generando especulación inmobiliaria, además de que liberaron cargas tributarias y administrativas a personas físicas y morales.

La marcha se realizó de forma pacífica, a lo que la Sectur respondió con una escueta tarjeta informativa en donde señala que las demandas serán turnadas a las autoridades competentes en cada materia, para su análisis y atención.

Como lo informó *REPORTUR.mx*, hace un año el diputado del PAN Diego Garrido propuso eliminar la regulación de alojamientos tipo Airbnb durante el Mundial de Fútbol 2026, es decir, que iría del 1 de junio de 2026 al 31 de julio, por lo que pedían especialmente no aplicar el artículo 61 de la Ley de Turismo local. (CDMX: piden permitir Airbnb en el Mundial 2026 ante pocos hoteles).

FUENTE

<https://www.reportur.com/hoteles/2026/03/02/cdmx-protesta-de-residentes-por-turistificacion-para-el-mundial/>

Jalisco, promoción turística 2026.

Publicado: el 02 marzo 2026.

Por: Jesús Alonso

Sueños de Oropel que se cargó el payaso.

Hace unos días, Jalisco presentó su Plan de Promoción Turística 2026 con la seguridad de quien ya apartó stand en FITUR, apalabró a sus influencers, mandó imprimir folletos glossy y tiene el Mundial en la mira. Ferias, caravanas, mercados estratégicos, impulso a Pueblos Mágicos y —por supuesto— énfasis especial en Tequila, la niña bonita del agave.

Todo iba bien.

Todo era sonrisa Colgate institucional.

Y entonces... tenga chango su banana.

Primero, la detención del alcalde de Tequila por presunta extorsión y vínculos con una célula asociada al CJNG. Nota internacional. Operativo federal.

El destino premium, el de las catas con copa fina y tren turístico, convertido en encabezado judicial.

Tequila no es cualquier municipio. Es símbolo, es marca, es exportación cultural. Y cuando al símbolo lo esposan, aunque sea preventivamente, el branding tiembla. No hay filtro que lo salve.

Después vino lo otro.

Tapalpa.

El otro Pueblo Mágico. El del bosque, las cabañas, el “vámonos el fin de semana a desconectar”.

Ahí cayó el líder del CJNG tras un operativo federal. Y como sucede cuando se le pega a un avispero, hubo reacción: bloqueos, quema de vehículos, carreteras cerradas.

Y ahí sí... se le partió su madre al discurso.

Porque mientras el Plan 2026 hablaba de posicionamiento internacional, el mundo hablaba de narcobloqueos.

Mientras los creativos diseñaban banners con campos de agave, la Embajada de Estados Unidos emitía alerta recomendando a sus ciudadanos permanecer en sus ubicaciones.



Una cosa es la magia.

Otra cosa es el “shelter in place”.

Y no, el Estado no puede hacer como que la Virgen le habla.

Aquí no estamos hablando de un incidente aislado. Estamos hablando de dos Pueblos Mágicos en el centro de una narrativa criminal en menos de un mes. Cuando destinos insignia aparecen en titulares por alcaldes detenidos y operativos armados, el problema deja de ser municipal. Es estructural.

La doble agenda que nadie quiere escribir en el folleto

Decir “narcoestado” simplifica demasiado. Pero negar la tensión entre poder institucional y poder criminal sería ingenuo.

Jalisco opera con dos agendas.

Una organiza ferias y presenta planes estratégicos 2026 con metas y gráficas.

La otra puede paralizar carreteras en cuestión de horas.

Cuando esas dos agendas se cruzan, el turismo queda como el primo incómodo en la boda. Nadie lo invitó, pero cuando se armó el pleito ajeno, le metieron la madrina de su vida.

Y aquí viene la parte incómoda

En México, la mayoría de las secretarías de turismo no están diseñadas para presentar la realidad; están diseñadas para maquillarla.

Para ponerle filtro.

Para cacaraquear huevos que no pusieron.

Para presumir cifras que muchas veces obedecen más al empuje privado que al genio gubernamental.

Para negar lo incómodo y repetir que “todo está bajo control”.

El problema no es la promoción. Es la simulación.

Cuando la narrativa oficial se desconecta de la percepción real, el mercado no perdona. El turista no compra discurso; compra sensación de estabilidad.

El Plan 2026 no está mal. Está incompleto.

Jalisco tiene producto, conectividad, cultura, gastronomía, identidad.

El problema es promover como si el contexto no existiera.



No puedes hablar de “estado seguro y mágico” mientras la narrativa internacional habla de bloqueos y detenciones.

No puedes vender inspiración si no blindas la confianza.

Nos encanta el slogan.

Nos fascina el hashtag.

Pero nos incomoda hablar del control territorial.

El turismo no puede partir como si nada hubiera pasado. Porque el turista sí se entera. Porque el agente de viajes sí lee medios internacionales. Porque el inversionista sí revisa contexto.

Y porque la magia turística es frágil.

El punto incómodo

Jalisco sigue siendo potente, sigue teniendo al liberal Puerto Vallarta, la vibrante Guadalajara, su gastronomía top, su agave patrimonio, sus hermosos pueblos y su gente trabajadora.

Pero hoy carga una narrativa que no puede ignorar.

No es “narcoestado”.

Pero tampoco es Disneylandia.

Es un estado con enorme capital turístico que convive con una realidad compleja.

Y cuando la realidad y la promoción se desincronizan... pasa lo que pasa.

Se lo cargó el payaso.

O, dicho con mayor elegancia estratégica: el Plan de Promoción 2026 necesita algo más que ferias y caravanas. Necesita coherencia.

Porque en este país sabemos hacer fiestas, festivales y campañas preciosas.

Lo que todavía estamos aprendiendo es a garantizar que la función termine sin que alguien grite:

“¡Corten!... y corran, cabrones, que esto ya se lo cagó el payaso.”

FUENTE

<https://www.travelreport.mx/tragicomedia/promocion-turistica-jalisco-2026-realidad/>

ITB Berlin 2026: 60 años como plataforma global del turismo con Angola marcando el ritmo.

Publicado: el 02 marzo 2026.

Por: Andrea Meza

La edición de ITB Berlin 2026 no será una más en el calendario internacional. El evento celebrará su 60º aniversario, consolidándose como la plataforma global más influyente de la industria turística.

En esta edición histórica, Angola asumirá el papel de país anfitrión oficial, aportando identidad cultural, energía africana y una narrativa estratégica centrada en el crecimiento y la diversificación del turismo.

Del 3 al 5 de marzo de 2026, Berlín volverá a convertirse en el epicentro mundial del travel trade.

Seis décadas marcando la agenda del turismo global

Desde su fundación en 1966, ITB Berlin ha evolucionado de feria comercial europea a foro estratégico global.

Hoy reúne a:

- Destinos nacionales e internacionales
- Aerolíneas y cadenas hoteleras
- DMCs y operadores mayoristas
- Plataformas tecnológicas
- Ejecutivos de alto nivel

Durante 60 años, ITB ha sido escenario de lanzamientos, tendencias y decisiones que impactan directamente el flujo turístico mundial.

Angola como país anfitrión: África en el centro del diálogo

La designación de Angola como host country envía un mensaje claro: el turismo africano gana protagonismo en la agenda internacional.

El país buscará posicionar:

- Su diversidad natural
- Patrimonio cultural
- Potencial de inversión turística
- Infraestructura en desarrollo

El concepto de “marcar el ritmo” no es casual. Angola aprovechará la plataforma para proyectar dinamismo, identidad y nuevas oportunidades de negocio en el continente.



Más que una feria: un laboratorio de tendencias

ITB Berlin no solo facilita citas comerciales. También funciona como radar estratégico para la industria.

Entre los temas que dominarán 2026 se anticipan:

- Digitalización y automatización en el turismo
- Sostenibilidad como estándar operativo
- Inteligencia artificial aplicada al customer journey
- Nuevos mercados emisores
- Transformación del turismo corporativo

Las conversaciones en ITB suelen traducirse en alianzas concretas y decisiones de inversión.

Relevancia para el mercado latinoamericano

Para destinos y operadores de América Latina, participar en ITB Berlin 2026 60 años representa una oportunidad clave de posicionamiento.

El evento permite:

- Negociar con compradores europeos y asiáticos
- Presentar nuevos productos
- Fortalecer relaciones B2B
- Identificar tendencias de consumo global

En un entorno cada vez más competitivo, la presencia en Berlín se convierte en declaración estratégica.

Un aniversario con visión de futuro

Celebrar seis décadas no implica mirar atrás, sino reafirmar liderazgo.

La edición 2026 de ITB Berlin combinará tradición y transformación, con Angola aportando una narrativa fresca dentro de un evento que sigue definiendo el rumbo del turismo mundial.

Sesenta años después, la pregunta no es si ITB sigue siendo relevante.

Es cómo seguirá marcando el ritmo de la industria.

FUENTE

<https://www.travelreport.mx/noticias/itb-berlin-2026-60-aniversario-angola/>

Y consolida su evolución hacia la experiencia turística Turibús se sube al ring con su versión familiar de Luchas.

Publicado: el 02 marzo 2026.

Hoy Turibús no solo recorre la ciudad: la interpreta, la dramatiza y la convierte en espectáculo. Con el lanzamiento del Turibús de Luchas en versión dominical familiar, Mobility ADO refuerza su apuesta por transformar la movilidad en una experiencia cultural integral, donde el trayecto es parte esencial del show.

“Vamos a tener el Turiluchas de domingo que es más familiar, a partir de las 16:00 horas pueden abordar en Reforma 222. Nos vamos con un luchador a bordo, disfrutan la función del Consejo Mundial directamente en la Arena México y tenemos un precio especial para niños”, explicó Víctor Cortés, gerente general de la división turística de Mobility ADO .

La propuesta combina narrativa urbana, tradición mexicana y entretenimiento nocturno -ahora también vespertino-, en un formato pensado para que padres e hijos vivan juntos uno de los espectáculos más emblemáticos del país: la lucha libre del Consejo Mundial en la histórica Arena México.

Pero detrás del ring hay una estrategia mayor.

De autobús turístico a plataforma de experiencias

Turibús ha evolucionado de circuito panorámico a portafolio temático. La división turística de Mobility ADO ha diversificado su oferta con recorridos nocturnos, tours cerveceros, rutas de cantinas, experiencias gastronómicas y excursiones a destinos icónicos como Teotihuacán, Xochimilco y Coyoacán.

De acuerdo con Cortés, el 2026 será un año clave, impulsado por el entorno global y los grandes eventos deportivos: “Estamos esperando con mucha ansia el Mundial... vamos a tener un tour de tacos muy especial con taquerías de mucho renombre, más lucha libre, otro grupo de cervecerías trabajando con nosotros y sorpresas directamente desde FIFA que vamos a trabajar en exclusiva”.

Esta visión convierte a Turibús en un actor estratégico de cara a la Copa del Mundo, al integrar producto turístico, identidad local y entretenimiento en un mismo ecosistema de movilidad.

Un modelo mexicano que cruza el Atlántico

El lanzamiento del Turibús de Luchas familiar también ocurre en un momento de expansión internacional. Mobility ADO replicará su modelo en Madrid a partir de abril, llevando no solo el formato hop-on hop-off, sino el concepto de experiencia “tropicalizada” que han perfeccionado durante 25 años en México.

“Adaptamos mucho este servicio en México... ahora estamos trabajando mucho más en experiencias, en que la gente se lleve la cultura, la historia, la



arquitectura. Ese modelo lo llevamos a Madrid con su ADN propio, pero con esta calidez en el servicio y un toque mexicano”, detalló Cortés .

Para una empresa mexicana, la exportación de este concepto representa más que crecimiento: es la validación de un modelo que entiende que el turismo urbano ya no se vende solo como traslado, sino como vivencia curada.

Portafolio en expansión

Actualmente, Turibús opera circuitos diurnos por Centro Histórico, Polanco, Basílica y el sur de la ciudad, además de recorridos nocturnos de viernes a domingo, experiencias temáticas (cervecero, cantinas, luchas) y excursiones en distintos destinos de la República como Cancún, Mérida, Puebla, Veracruz y Tampico.

Más allá de la ciudad, Turibús impulsa Turitour con salidas a Teotihuacán, Xochimilco y Coyoacán, además de circuitos en destinos como Cancún, Mérida y Puebla, llevando su modelo de experiencia turística a escala nacional

El Turibús de Luchas familiar se suma así a una estrategia clara: convertir cada recorrido en una historia y cada traslado en una celebración de la identidad mexicana.

Porque como bien resume Mobility ADO, el viaje no empieza cuando llegas al destino... empieza desde que te mueves por él. Y ahora, también puede empezar con máscara, capa y un sonoro: ¡Arriba los rudos!

FUENTE

<https://pasilloturistico.com/turibus-se-sube-al-ring-con-su-version-familiar-de-luchas/>

Viva Aerobus cierra 2025 con rentabilidad resiliente, pese a menor margen y presión operativa.

Publicado: el 02 marzo 2026.

En un año marcado por un entorno macroeconómico más débil, depreciación del peso, retos operativos y la crisis global de motores Pratt & Whitney, Viva Aerobus logró mantenerse rentable por quinto año consecutivo, aunque con márgenes considerablemente más ajustados frente al excepcional 2024.

La aerolínea ultra low cost reportó ingresos totales por 2,376 millones de dólares en 2025, una disminución de 7.3% anual, en un escenario donde la demanda se mantuvo sólida pero el ingreso unitario se normalizó tras un año previo extraordinario.

El CEO de Viva, Juan Carlos Zuazua, subrayó que la compañía priorizó la protección de márgenes y el ajuste disciplinado de capacidad ante un consumidor más cauteloso:

“Demostramos la adaptabilidad de nuestro modelo ultra low cost en un entorno desafiante. Alineamos capacidad con demanda, manteniendo confiabilidad operativa y disciplina financiera”.

La numeralia clave de 2025

- Ingresos totales: US\$2,376 millones (-7.3%)
- EBIT: US\$185 millones (-61.9%)
- Margen EBIT: 7.8% (vs 18.9% en 2024)
- Utilidad neta: US\$52 millones (-77.1%)
- Margen neto: 2.2%
- EBITDAR: US\$873 millones (-18.9%)
- Margen EBITDAR: 36.8%
- Pasajeros transportados: 29.96 millones (+8.2%)
- Crecimiento de capacidad (ASMs): +6.5%
- Factor de ocupación: 86%
- Ingresos auxiliares: US\$1,125 millones (47.3% del total)

FUENTE

<https://pasilloturistico.com/viva-aerobus-cierra-2025-con-rentabilidad-resiliente-pese-a-menor-margen-y-presion-operativa/>

Mundial 2026 en CDMX: el pico es real; el “para siempre” es el mito.

Publicado: el 02 marzo 2026.

En la conversación pública ya se instaló una idea dramática: “por el Mundial, las rentas y el hospedaje en la CDMX se van a disparar... y así se van a quedar”. Es normal que haya inquietud, pero la evidencia de otros megaeventos sugiere algo mucho más acotado: subidas puntuales en una ventana corta, ajustes de oferta y demanda por zona, y luego normalización.

Pongamos el Mundial en escala. La CDMX será sede del partido inaugural (11 de junio de 2026) y, en total, de cinco partidos dentro de un torneo que va del 11 de junio al 19 de julio de 2026. Es decir: habrá presión, sí, pero en un periodo de alrededor de 40 días y con picos concentrados en fechas específicas.

Lo que pasó en otros Mundiales y Olimpiadas: el “boom permanente” casi nunca aparece: Sí hay pico... pero es de ventana corta

Durante Londres 2012, STR Global registró en plena ventana olímpica (27 de julio a 5 de agosto) 87.7% de ocupación y £216.42 de tarifa promedio, con un aumento importante frente al año previo. Eso confirma lo obvio: el evento sube la demanda en días clave.

La parte que suele omitirse es lo que ocurre después: en septiembre de 2012, un reporte de HotStats/TRI mostró que Londres mantuvo ocupación alta, pero la tarifa promedio bajó 3.2% interanual (de £141.82 a £137.26). O sea: no se “ancló” una nueva tarifa para siempre; el mercado reacomodó precios fuera del evento.

En Mundiales, el impulso tiende a desinflarse al terminar el torneo

Un estudio académico sobre el Mundial Brasil 2014 (con datos STR) es muy claro: aunque hubo crecimiento durante el evento, en ciudades como São Paulo no se observó “un crecimiento drástico” sostenido y, sobre todo, la tendencia de ingresos “no continuó después” del Mundial. En otras palabras: el torneo mueve el termómetro, pero no necesariamente cambia el clima.

A veces la expectativa es tan grande que se vuelve “autogol”

El caso de Sudáfrica 2010 es útil para desmontar el alarmismo: un análisis de alta frecuencia señaló que incluso en ciudades mundialistas la ocupación estuvo lejos de 100% durante el evento, lo que sugiere que las expectativas previas (de “todo estará reventado”) pueden ser exageradas.

Y esto conecta con un fenómeno bien documentado en Olimpiadas: el “eviction effect” o desplazamiento. Antes de París 2024, medios y análisis reportaron caídas de turismo y ventas porque muchos viajeros pospusieron su visita ante el temor de caos y precios inflados. Es decir: la narrativa de “todo será carísimo” puede incluso bajar la demanda normal.



La evidencia agregada también apunta a efectos moderados

Un trabajo más reciente (con nuevos datos y métodos) estima que, en promedio, los megaeventos deportivos incrementan el turismo receptivo alrededor de 4%, y que al ampliar el periodo de análisis el efecto tiende a verse más pequeño que lo que prometen los discursos.

Conclusión de esta sección: los megaeventos generan picos reales, pero el salto “estructural” y permanente en precios no es el patrón dominante. Lo que sí queda, cuando se gestiona bien, es legado urbano, reputación y aprendizaje operativo.

¿Y CDMX? Ya es un destino grande: el Mundial intensifica, no reinventa

La CDMX llega a 2026 con una base turística robusta. Datos oficiales de la Secretaría de Turismo de la CDMX indican que, a junio de 2025, la ciudad contaba con 850 hoteles y 62,279 cuartos. En el acumulado enero–junio de 2025, la ocupación hotelera fue 65.2% y se registraron 7.243 millones de turistas hospedados en hoteles (5.327 millones nacionales y 1.916 millones internacionales).

Eso cambia la lectura: no hablamos de una ciudad que “despierta” por el Mundial, sino de una metrópoli que ya opera con flujos altos y que recibirá un impulso temporal.

Por qué “necesitamos a todos”: hoteles + plataformas para evitar escasez y especulación

El riesgo principal en picos es el cuello de botella: si falta oferta, se inflan precios y crecen abusos. Por eso la conversación útil no es “unos contra otros”, sino capacidad total con reglas claras.

Hay antecedentes relevantes: el Comité Olímpico Internacional, al anunciar su alianza con Airbnb, citó un estudio del WEF según el cual, en Río 2016, la capacidad adicional vía plataforma fue equivalente a 257 hoteles, con alrededor de USD 30 millones en ingresos directos para anfitriones y una actividad económica estimada de USD 100 millones en tres semanas. Esto ilustra cómo, en eventos de corto plazo, ampliar oferta puede ayudar a absorber demanda y distribuir derrama.

Más perspectiva para 2026

Sí: habrá picos y tensiones, especialmente alrededor de fechas clave y ciertas colonias. Pero la evidencia de otros Mundiales y Olimpiadas sugiere que el “sube y se queda para siempre” es más mito que regla. En la práctica, el mercado tiende a normalizarse y, a veces, las expectativas infladas generan desplazamiento de turistas que no van al evento.



El verdadero reto para la CDMX es otro: coordinar oferta (hoteles y plataformas), garantizar seguridad y cumplimiento, y convertir el impulso de 40 días en un legado de ciudad, infraestructura, movilidad y reputación, que sí permanezca.

Referencias:

Barreda, A. A., et al. (2021). Pricing decisions during the FIFA 2014 World Cup: São Paulo and Rio de Janeiro. *Research Reports in Hospitality and Tourism*, 2(1), Article 3. https://via.library.depaul.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=1012&context=ichrie_rr

CABI. (2012, 13 agosto). How was London 2012 for tourism? *CABI Blog / CABI Digital Library*. <https://www.cabidigitallibrary.org/do/10.5555/collection-news-22428/full/>

Du Plessis, S., & Maennig, W. (2011). *The 2010 World Cup high-frequency data economics* (Working paper). Hamburg Contemporary Economic Discussions. <https://www.econstor.eu/bitstream/10419/42236/1/640051979.pdf>

HotStats. (2012). *UK Chain Hotels Market Review – September 2012*. HotStats / TRI Hospitality Consulting. <https://www.hospitalitynet.org/news/4058250.html>

Fourie, J., & Santana-Gallego, M. (2022). Mega-sport events and inbound tourism: New data, methods and evidence. *Tourism Management Perspectives*, 44, 101034. <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S2211973622000678>

Reflexscience – Université Gustave Eiffel. (2024, 24 julio). *Why are tourists thin on the ground for the Paris Olympic Games?* Reflexscience. <https://reflexscience.univ-gustave-eiffel.fr/en/read/articles/why-are-tourists-thin-on-the-ground-for-the-paris-olympic-games>

World Economic Forum. (2016). *Understanding the sharing economy*. World Economic Forum. https://www3.weforum.org/docs/WEF_Understanding_the_Sharing_Economy_report_2016.pdf

Airbnb. (2019). *Airbnb and IOC announce major global Olympic partnership*. Airbnb Newsroom. <https://news.airbnb.com/ms/airbnb-and-ioc-announce-major-global-olympic-partnership/>

FUENTE

<https://www.jornada.com.mx/noticia/2026/03/02/capital/mundial-2026-en-cdmx-el-pico-es-real-el-para-siempre-es-el-mito>



Shakira en el Zócalo de CDMX: así se vivió la espera para el concierto de la Loba.

Publicado: el 01 marzo 2026.

Por: Manuel Cosme

Playeras, gorras y pelucas portaron los asistentes, que en algunos casos, acamparon durante dos días o llegaron un día antes para alcanzar lugar en la plancha de la Plaza Mayor.

Miles de familias capitalinas hicieron un “día de campo” en el Zócalo capitalino previó al concierto de la cantante colombiana, Shakira, sin importar viento y los 26 grados centígrados que se tuvieron este domingo.

En la histórica plancha, testigo de mítines, asambleas políticas, plantones y ceremonias cívicas, las familias que decidieron llegar temprano para apartar un lugar lo más al frente posible del templo colocaron plásticos. Unos llevaron su propia comida, otros compraron pollos rostizados y así se dispusieron a matar el tiempo, mientras esperaban que dieran las ocho de la noche, la hora marcada para el inicio del concierto de Shakira.

A pesar de que las autoridades del Metro dieron el paso libre de trenes de las estaciones Xola a Cuatro Caminos hasta las 17:00 horas, la afluencia de seguidores de la autora de “Loba” fue constante desde temprano, pasado el medio día. Poco a poco llegaron al Centro Histórico y a los puntos de acceso al sitio de la presentación.

Hubo quienes vinieron de más lejos, como los integrantes de la familia Saldaña. Elvira, la mamá; su hija, Alma y su hijo, José, quienes salieron de Huamantla, Tlaxcala a las 10 de la mañana en un servicio turístico, para arribar a la Plaza de la Constitución a las 14:30 horas y esperar pacientemente a que saliera a cantar la intérprete de “Las mujeres ya no lloran”.

Los originarios de Tlaxcala estaban muy emocionados y con mucho gusto porque era la primera vez que asistirían al concierto de su artista favorita. La canción predilecta de Alma es “Las de la intuición” y para José “Bzrp Music Sessions, Vol. 53/66”.

En entrevista con El Sol de México, Tomás Reyes, su esposa y su hijo menor, fueron otros de los seguidores de la artista. Ellos salieron desde su casa en Atizapán de Zaragoza, Estado de México, un día antes alquilaron una habitación en un hotel cerca del centro de la ciudad, todo para llegar a tiempo al Zócalo y disfrutar del concierto.

Tomás ya había estado en concierto de la artista originaria de Colombia, uno de los que dió en el Auditorio Nacional. Se reconoció fan de Shakira, sobre todo por el ritmo que tiene al bailar.



Ursula Arizmendi, vecina de Santa Martha Acatitla, en la alcaldía Iztapalapa llegó junto con sus dos hijas, también estaba entusiasmada por asistir por primera vez a un concierto de su artista favorita. Ellas salieron de su casa con la seguridad de que la presentación sería inolvidable y que se iba a divertir un rato.

Dijo de inmediato que su canción favorita es “She Wolf”, porque con ella “sacamos la loba que llevamos dentro”, también le gustan “Antología” y “Mi verdad”, porque con ellas se acuerda de sus hijos.

La vecina de Iztapalapa dijo que admira a Shakira porque es una artista que canta con sentimiento y como persona sacó adelante a sus hijos, “por eso las mujeres ya no lloran, ahora facturan”.

Desde la mañana, policías capitalinos agilizaron el acceso de personas al Zócalo capitalino en calles como Tacuba, 5 de Mayo, Madero, 16 de Septiembre, 5 de Febrero, 20 de Noviembre y Pino Suárez. Los hombres ingresaron por la izquierda y las mujeres por la derecha; a todos les pidieron abrir bolsas y mochilas para una rápida revisión.

Personal del gobierno capitalino recorrió la Plaza de la Constitución para invitar a quienes estaban que se acercaran al centro de la misma, porque se esperaba que llegarán más asistentes al sitio conforme se acercara la hora del inicio de la presentación de la cantante colombiana.

Algunas jóvenes usaban pelucas de color violeta metálico, los hombres portaban gorras con el nombre de su Shakira o camisetas con retratos en diferentes poses.

Concierto de Shakira acaba con saldo blanco

Al final del concierto de Shakira, el gobierno capitalino dio a conocer que durante el evento en el Zócalo capitalino hubo saldo blanco y que funcionó el operativo de seguridad aplicado durante ese evento musical al que asistieron 400 mil personas.

En un comunicado, la administración capitalina citó datos de la Cámara Nacional de Comercio, Servicios y Turismo de la Ciudad de México para informar que la presentación de la cantante colombiana dejó una derrama económica de 403 millones 614 mil pesos aproximadamente a hoteles, restaurantes y establecimientos comerciales.

En las calles aledañas al Zócalo de esta ciudad, aseguró el Gobierno de la Ciudad de México, miles de fans disfrutaron del ritmo y la voz de Shakira, y llenaron de entusiasmo las calles de 20 de Noviembre, Pino Suárez, 16 de Septiembre, Tacuba, Madero, 5 de Febrero y Venustiano Carranza, entre otras

Los fanáticos de la intérprete sudamericana que no llegaron a la Plaza de la Constitución siguieron sin riesgos y con seguridad la transmisión del concierto en pantallas gigantes colocadas en la Alameda Central, Plaza de la República y calles aledañas.



La presentación de la estrella colombiana tuvo una duración de más de dos horas y fue difundido solamente por la cuenta oficial de Youtube de la cantante; esta vez el Gobierno de la Ciudad de México no lo transmitió debido a las restricciones que se tuvieron por Derechos de Autor.

El evento, de acceso gratuito, lo organizaron conjuntamente la administración capitalina y una compañía cervecera, en el marco de sus 100 años de fundación, y producido por OCESA.

FUENTE

<https://oem.com.mx/elsoldemexico/gossip/shakira-en-el-zocalo-de-cdmx-asi-se-vivio-la-espera-para-el-concierto-de-la-loba-28734318>

Viva aprovechará el Mundial para sumar vuelos a Colombia.

Publicado: el 01 marzo 2026.

Por: Alejandro de la Rosa

A la par del Mundial de fútbol, Viva comenzará a volar los primeros días de junio del AIFA a Cartagena y a Medellín, ciudades colombianas que se sumarán a Bogotá con conectividad directa desde México.

A la par del Mundial de fútbol, Viva comenzará a volar los primeros días de junio del Aeropuerto Internacional Felipe Ángeles (AIFA) a Cartagena y a Medellín, ciudades colombianas que se sumarán a Bogotá con conectividad directa desde México.

“Sabemos que Colombia es una puerta de entrada a América del sur, por lo que es un gran mercado. Hay gran afinidad entre las dos culturas por el idioma, por no necesitar visa... El buen trabajo de las autoridades para disminuir la cantidad de pasajeros inadmitidos en los aeropuertos es un indicador claro de que las rutas tendrán éxito y una buena demanda”, comentó el vicepresidente de Asuntos Corporativos de la aerolínea, Jesús Horacio González.

Hace cinco años, Viva comenzó a operar entre México y Colombia con la ruta Ciudad de México-Bogotá. Posteriormente sumaron vuelos a la misma ciudad desde Cancún, Guadalajara y Monterrey. Se estima que a la fecha se ha transportado a un millón de pasajeros.

Actualmente, la aerolínea que es patrocinadora de la selección mexicana de fútbol opera desde el AIFA la ruta que inició en el Aeropuerto Internacional de la Ciudad de México (AICM).

“Pasamos a Santa Lucía porque hay más facilidades en infraestructura, en disponibilidad de slots (horarios de despegue y aterrizaje) y desde ahí atenderemos las nuevas rutas”, comentó el directivo.

La comercialización de los vuelos a Cartagena y Medellín comenzó simbólicamente la semana pasada con la participación de un grupo de representantes de Viva en la feria turística Anato que se realizó en Bogotá.

FUENTE

<https://www.eleconomista.com.mx/empresas/viva-aprovechara-mundial-sumar-vuelos-colombia-20260301-802198.html>

Protestan frente a Secretaría de Turismo; rechazan turistificación en CDMX.

Publicado: el 28 febrero 2026.

De cara a la realización de la Copa del Mundo 2026, en la capital mexicana como una de las sedes, ciudadanos denunciaron que se han intensificado dinámicas que impactan directamente en la vida cotidiana de los residentes, por lo que se manifestaron a las afueras de la Secretaría de Turismo de la CDMX.

En la manifestación expusieron que “el proceso de turistificación prioriza las necesidades del turismo internacional sobre las de los habitantes de colonias, barrios y pueblos originarios de la Ciudad de México”.

Además de que el Mundial 2026 está afectado al encarecimiento de la vivienda en la Ciudad de México, en el alza en las rentas y afectando al comercio local debido a las obras que se realizan en el Estadio Azteca, aseguraron los manifestantes.

Alrededor de 100 personas realizaron la marcha pacífica hasta las instalaciones de la Sectur-CDMX, denunciaron que este fenómeno genera desplazamiento de familias, transformación de espacios públicos y cambios en la vocación de barrios tradicionales, todo con el objetivo de hacerlos más atractivos para visitantes y eventos internacionales.

A lo que la Sectur-CDMX no pudo dar respuesta, aun cuando hay una regulación en plataformas de hospedaje como Airbnb, la Secretaría junto con otras dependencias sigue procedimientos para recibir el Mundial dando paso a transformaciones en diferentes puntos de la Ciudad, incluso el Sistema de Transporte Colectivo Metro y su continuación con el Tren Ligero, que dan lugar a desplazamientos humanos forzados.

Señalaron que el Mundial de Fútbol está generando especulación inmobiliaria, además que liberaron cargas tributarias y administrativas a personas físicas y morales, acusaron.

“Por lo menos ocho construcciones, ilegales, se realizan en colonias aledañas al Estado Azteca, las cuales siguen operando con sellos de clausura”, aseguraron. En cuanto a las rentas de departamentos dijeron que estas pasaron de 8 mil a 17 mil pesos y hasta los 25 mil.

La marcha y manifestación se realizaron sin violencia y de forma pacífica expusieron su pliego petitorio a lo que la Sectur respondió con una escueta tarjeta informativa en donde señala que las demandas serán turnadas a las autoridades competentes en cada materia, para su análisis y atención.

FUENTE

<https://inversion-turistica.com/2026/02/28/protestan-frente-a-secretaria-de-turismo-rechazan-turistificacion-en-cdmx/>

Mundial de futbol mostrará México al mundo y llevará a jóvenes a las canchas: Segob.

Publicado: el 28 febrero 2026.

La secretaria de Gobernación inició la gira del Trofeo de la FIFA en Guadalajara; destaca el "Mundial Social" para alejar a jóvenes de la violencia y promover el turismo.

La aerolínea ultra low cost reportó ingresos totales por 2,376 millones de dólares en 2025, una disminución de 7.3% anual, en un escenario donde la demanda se mantuvo sólida pero el ingreso unitario se normalizó tras un año previo extraordinario.

El CEO de Viva, Juan Carlos Zuazua, subrayó que la compañía priorizó la protección de márgenes y el ajuste disciplinado de capacidad ante un consumidor más cauteloso:

“Demostramos la adaptabilidad de nuestro modelo ultra low cost en un entorno desafiante. Alineamos capacidad con demanda, manteniendo confiabilidad operativa y disciplina financiera”.

La numeralia clave de 2025

- Ingresos totales: US\$2,376 millones (-7.3%)
- EBIT: US\$185 millones (-61.9%)
- Margen EBIT: 7.8% (vs 18.9% en 2024)
- Utilidad neta: US\$52 millones (-77.1%)
- Margen neto: 2.2%
- EBITDAR: US\$873 millones (-18.9%)
- Margen EBITDAR: 36.8%
- Pasajeros transportados: 29.96 millones (+8.2%)
- Crecimiento de capacidad (ASMs): +6.5%
- Factor de ocupación: 86%
- Ingresos auxiliares: US\$1,125 millones (47.3% del total)

FUENTE

<https://pasilloturistico.com/viva-aerobus-cierra-2025-con-rentabilidad-resiliente-pese-a-menor-margen-y-presion-operativa/>



Protestan en Sector de CDMX; alegan que el Mundial traerá despojo de viviendas y "turistificación".

Publicado: el 28 febrero 2026.

Por: Kevin Ruiz

Ciudad de México. Aumento de rentas, afectaciones a negocios locales por obras alrededor del estadio Azteca e incluso la presencia de desarrollos inmobiliarios en Tlalpan y Coyoacán, que presuntamente no cuentan con permisos, fueron las principales denuncias de colectivos y vecinos en una manifestación en la Secretaría de Turismo capitalina, donde exigieron a las autoridades poner un alto a lo que llamaron "turistificación".

Bajo la consigna de que el Mundial 2026 afecta a los residentes de muchas colonias que han presenciado el encarecimiento de la vivienda en la Ciudad de México, marcharon la mañana de ayer de la avenida Baja California, en la Roma, hasta la sede de la dependencia, ubicada en la Condesa, bajo un encapsulamiento de la policía para impedir algún conato de violencia.

Los quejosos señalaron que la "turistificación", es decir, el arribo de extranjeros a la capital por la justa deportiva, generará gentrificación y el despojo de viviendas, además de que no existen proyectos gubernamentales para que luego de la justa se promueva el acceso a la vivienda.

Denunciaron a por lo menos ocho construcciones ilegales en colonias aledañas al estadio Azteca, las cuales presuntamente siguen con la obras aunque tienen sellos de clausura.

En cuanto a los precios de la rentas de departamentos, dijeron que pasaron de 8 mil a 17 mil pesos y hasta 25 mil.

"El anuncio de la fiesta mundialista en la Ciudad de México, así como una serie de planes y acciones conjuntas entre el gobierno de la ciudad y entidades privadas, han empezado desde la renovación de banquetas hasta el despojo de nuestra tierra, nuestros hogares y nuestra forma de vida. Hemos sufrido las consecuencias del mercado inmobiliario y la mercantilización de nuestras colonias, barrios y pueblos", afirmaron integrantes de la Asamblea Vecinal Tlalpan-Coyoacán y el Frente Antigentrificación.

Agregaron que el Mundial de Fútbol ha generado una especulación inmobiliaria y que las autoridades liberaron cargas tributarias y administrativas a personas físicas y morales para facilitarles la construcción de nuevos proyectos.

Entre las consignas que los manifestantes corearon están que no les importaba el Mundial, así como "¡la policía no me cuida, cuida a los turistas!", "¡vecino callado será gentrificación!" y "¡aguas con los gringos, que te roban tu vivienda!"

Tras permanecer con micrófono abierto frente al edificio de la Secretaría de Turismo, poco a poco los manifestantes se retiraron sin ocasionar afectaciones



en la zona, como ocurrió con la primera marcha contra la gentrificación, en donde incluso hubo destrozos en negocios sobre el Paseo de la Reforma.

FUENTE

<https://www.jornada.com.mx/noticia/2026/02/28/capital/protestan-en-sectur-de-cdmx-alegan-que-el-mundial-traera-despojo-de-viviendas-y-turistificacion>



México se anota un Guinness World Record con la Imagen humana de la camiseta de futbol más grande del mundo.

Publicado: el 27 febrero 2026.

Comunicado 037/2026.- Como parte de las acciones del Mundial Social rumbo a la Copa Mundial de la FIFA 2026, México estableció un nuevo Guinness World Record de “La imagen humana de la camiseta de futbol más grande del mundo”.

- La secretaria de Turismo del Gobierno de México, Josefina Rodríguez Zamora, destacó que este récord forma parte de la agenda del Mundial Social para involucrar a la población en actividades deportivas, culturales y comunitarias.
- Con la participación de 4 mil 757 personas, se conformó una playera monumental de 48 metros de ancho por 35.5 metros de alto, integrando la representación de las 32 entidades federativas como símbolo de unidad nacional en el camino hacia 2026.
- Como parte de estas acciones, se preparan nuevos retos: la clase de fútbol más grande del mundo en la Ciudad de México y un mural monumental en Baja California Sur.

Como parte de las acciones del **Mundial Social** rumbo a la Copa Mundial de la FIFA 2026, México estableció un nuevo Guinness World Record de “La imagen humana de la camiseta de futbol más grande del mundo”, consolidando así una estrategia nacional orientada a promover la participación ciudadana y fortalecer el posicionamiento internacional del país.

El logro se llevó a cabo en Tuxtla Gutiérrez, Chiapas, en el estadio Víctor Manuel Reyna, donde **4 mil 757 personas** dieron forma a una playera monumental de 48 metros de ancho —considerando las mangas— y 35.5 metros de alto, convirtiéndola en la más grande del mundo en su tipo.

Asimismo, se integró la representación de las 32 entidades federativas, identificadas mediante banderines, como símbolo de unidad nacional.

En este tenor, la secretaria de Turismo del Gobierno de México, **Josefina Rodríguez Zamora**, destacó que este logro se inscribe en la agenda del Mundial Social, una estrategia que busca involucrar a la población en actividades deportivas, culturales y comunitarias de cara a la justa mundialista.

“Con el Mundial Social buscamos realizar actividades deportivas, culturales, gastronómicas y sociales dirigidas tanto a las y los mexicanos como a los visitantes internacionales. Queremos que el Mundial 2026 se viva en cada comunidad y que el legado sea social, cultural y turístico”, expresó a través de sus redes sociales.

En un enlace en vivo con la Conferencia del Pueblo de la **Presidenta Claudia Sheinbaum Pardo**, el gobernador de Chiapas, **Eduardo Ramírez Aguilar** afirmó que la entidad es un destino seguro para vacacionar: un estado



pacífico y hospitalario que recibe a mexicanas, mexicanos y visitantes de todo el mundo.

“Gracias, querida Presidenta, por este gran impulso y que a través de la Secretaría de turismo federal, logramos articular esta gran playera desde Chiapas”, comentó.

La iniciativa convocó a miles de personas que, de manera organizada, conformaron una figura humana de gran escala representando una camiseta de futbol, en un ejercicio colectivo que combinó organización, identidad y entusiasmo social.

La playera más grande del mundo es el primero de tres récords que el Gobierno de México contempla como parte de esta agenda nacional. El segundo reto se llevará a cabo el domingo 15 de marzo en la Ciudad de México, donde se buscará llevar a cabo la clase de futbol más grande del mundo. El tercer desafío está programado para finales de mayo en Baja California Sur y consistirá en la realización del mural más grande con talento urbano local.

Rodríguez Zamora aseguró que este tipo de acciones fortalecen el posicionamiento de México como destino anfitrión de eventos de gran escala, generan proyección mediática internacional y contribuyen a dinamizar la actividad turística en las sedes participantes.

Asimismo, promueven la cohesión social, activan la economía local y consolidan el legado del Mundial Social como una oportunidad de desarrollo y proyección global para el país.

DATOS DUROS

- Con la participación de 4 mil 757 personas, se conformó una playera monumental de 48 metros de ancho por 35.5 metros de alto, integrando la representación de las 32 entidades federativas como símbolo de unidad nacional en el camino hacia 2026.
- El logro se llevó a cabo en Tuxtla Gutiérrez, Chiapas, en el estadio Víctor Manuel Reyna, donde 4 mil 757 personas dieron forma a una playera monumental de 48 metros de ancho —considerando las mangas— y 35.5 metros de alto, convirtiéndola en la más grande del mundo en su tipo.
- Se integró la representación de las 32 entidades federativas, identificadas mediante banderines, como símbolo de unidad nacional.

FUENTE

<https://www.gob.mx/sectur/articulos/mexico-se-anota-un-guinness-world-record-con-la-imagen-humana-de-la-camiseta-de-futbol-mas-grande-del-mundo?idiom=es>

Inaugura Clara Brugada canchas "Pioneras del 71".

Publicado: el 27 febrero 2026.

Por: Gobierno de la Ciudad de México

- La Jefa de Gobierno aseguró que la celebración del Mundial 2026 en la capital será de Derechos plenos.
- Se rehabilitan de forma integral 3 canchas de fútbol y básquetbol, ejercitadores y juegos infantiles.
- En Xochimilco, el gobierno capitalino impulsa trabajos de mejoramiento del tren ligero y acondicionará 17 espacios deportivos.

La Jefa de Gobierno, Clara Brugada Molina, encabezó la inauguración de tres canchas de fútbol, en el pueblo San Lucas Xochimanca, en Xochimilco, espacios en los que se fomentará el deporte en comunidad y visibilizará la identidad de pueblos originarios, con el objetivo de que el Mundial se viva a lo largo y ancho de la capital.

La mandataria capitalina refirió que San Lucas Xochimanca es un pueblo originario con más de 500 años de tradición, de historia, arraigo, herencia agrícola y cohesión comunitaria, que junto con otros territorios de esta zona vio emerger a la ciudad y ha resistido con su cultura y costumbres, y en los que ahora el Mundial lo vivirán niñas, niños, jóvenes, y personas adultas mayores.

“Este es el Mundial de Derechos plenos, este es el mundial de los pueblos originarios, porque no queremos ser esa población que sólo ve el mundial en una pantalla, sino queremos vivir el mundial jugando fútbol en canchas nuevas, en canchas dignas, lo que merecen sus pueblos, por eso decidimos echar a andar el gran programa de rehabilitación y construcción de canchas nuevas en la Ciudad de México”, afirmó Brugada Molina.

La estrategia contempla construir y rehabilitar 500 canchas de fútbol a lo largo de toda la Ciudad de México, por lo que la titular del Ejecutivo local aprovechó para agradecer el apoyo de los gobiernos de las alcaldías, los cuales forman parte de este esfuerzo.

Recordó que la próxima semana se dará el balonazo inicial al Torneo de Fútbol Femenil en la Ciudad de México, al cual podrán inscribirse mujeres de 18 años en adelante para celebrar que también pueden formar equipos y unirse a la fiesta deportiva.

Brugada Molina afirmó que el fútbol es uno de los deportes más democráticos del mundo, pues puede jugarse donde sea y permite la participación de todas y todos, por lo que llamó a fomentar el deporte, pues lo más difícil es tener las canchas, mismas con las que ya se cuenta en este pueblo originario.



Destacó la presencia de las pioneras mundialistas en 1971, tanto mexicanas como inglesas, quienes, refirió, rompieron esquemas y estereotipos, y vinieron a jugar y a triunfar en México.

“Hoy podemos decir que el deporte y el fútbol cambiaron todo, a ellas las hizo campeonas, transformó y hermanó a las que eran rivales, las de Inglaterra. Transformó a México en un país en el que hoy celebramos que vamos a inaugurar, por cuarta ocasión, un mundial”.

Brugada Molina señaló que la justa mundialista ha sido un acelerador de obras y equipamiento para la Ciudad de México, pues recordó que las intervenciones que se realizan para recibir este evento deportivo internacional serán con miras a un beneficio permanente para la población como la transformación del Tren Ligero que va de Taxqueña a Xochimilco, además de las 500 canchas construidas o rehabilitadas en toda la ciudad, 17 de ellas solo en Xochimilco.

Indicó que también se promueve un mundial donde no haya racismo, clasismo, machismo, homofobia o discriminación, y que mejor genere espacios para fomentar talentos, combatir las brechas entre niñas y niños y derribar los muros de desigualdad.

Por ello, aprovechó para invitar a la población a las diferentes actividades que se realizarán en el marco del mundial, entre ellas la Clase de Fútbol más Grande del Mundo, el próximo 15 de marzo, con la cual se buscará romper un Récord Guinness.

Al tomar la palabra, el secretario de Obras y Servicios, Raúl Basulto Luviano, informó que en el deportivo San Lucas Xochimanco, de más de 10 mil 600 metros cuadrados, se realizó una intervención integral en la cancha fútbol 11, al colocarse 4 mil 500 metros cuadrados de pasto sintético, dos nuevas porterías y la construcción de 284 metros lineales de guarniciones perimetrales; en la cancha de fútbol rápido se instalaron 323 metros cuadrados de pasto sintético, rehabilitaron 201 metros cuadrados de muros perimetrales y colocaron 182 metros cuadrados de reja.

También se intervinieron dos canchas de basquetbol con pintura, se rehabilitaron los ejercitadores, y se colocaron 90 metros de malla ciclónica, se crearon 12 murales y se instalaron 33 luminarias. En general en todo el deportivo se aplicaron 5 mil 343 metros cuadrados de pintura, se atendieron 40 metros cuadrados de bacheo, y se realizó la poda de 33 árboles y balizamiento de 263 metros lineales.

La secretaria de Turismo, Alejandra Frausto Guerrero, destacó la importancia de reivindicar el Mundial de 1971, el cual cambió el rumbo del deporte en México y abrió camino para que niñas y jóvenes mexicanas, cumplan sus metas por medio de este deporte, como las dos mejores jugadoras del Torneo Infantil Ollamaliztli, Vanessa Morales, de Iztacalco, y Nicole Villarreal, de Álvaro Obregón, quienes serán abanderadas en el partido inaugural del mundial.



Refirió que 7 mil 648 niñas y niños se inscribieron gratuitamente a dicho torneo comunitario, en el que se anotaron más de 6 mil goles, y los 80 niños y niñas ganadores, podrán ir con un acompañante a la inauguración del estadio Ciudad de México con el partido México-Portugal, el próximo 28 de marzo.

La secretaria de Cultura, Ana Francis López Bayghen Patiño, invitó a la población femenil a participar en el torneo “Mujeres Libres en el Fútbol”, donde podrán participar mujeres de 18 a más de 100 años y que arrancará el próximo miércoles 4 de marzo.

“Es un torneo de mujeres para que se inscriban todas las mujeres que quieran (...), pero el chiste, compañeras, es jugar, es celebrar que las mujeres podemos jugar y unirnos a este torneo (...), no va a ser el más estricto deportivamente hablando, pero va a ser el más divertido”.

La alcaldesa en Xochimilco, Circe Camacho Bastida, señaló que la reapertura de las tres canchas en San Lucas Xochimanca es una gran hazaña que responde a una deuda histórica en el deporte y la localidad; mientras que a las y los vecinos los llamó a disfrutar del espacio y a practicar deporte como una actividad cotidiana. “Aquí hay deporte, aquí se vive el mundial y aquí en todo Xochimilco estamos a favor de este hermoso evento que van a encabezar nuestra presidenta y nuestra de Gobierno en la Ciudad de México”.

Al tomar la palabra la embajadora del Reino Unido en México, Susannah Goshko, destacó que el fútbol es un puente cultural que ha unido históricamente a ambas naciones y celebró el poder transformador del deporte.

Asimismo, afirmó que la inauguración representó un reencuentro histórico entre generaciones de futbolistas mexicanas y británicas, y recordó que en 1971, ante más de 100 mil personas en el Estadio Azteca, mujeres pioneras hicieron vibrar al país, marcando un hito que durante años no recibió el reconocimiento merecido.

La diplomática resaltó que, rumbo a la Copa Mundial de 2026, es fundamental visibilizar también la historia de las mujeres que jugaron, lideraron e inspiraron cuando casi nadie las miraba.

Las seleccionadas internacionales por Inglaterra en 1971 Trudy McCaffery y Chris LockWood, centrocampista y delantera, respectivamente, compartieron su experiencia al viajar a la Ciudad de México en aquel histórico mundial femenil sin idea de lo que iba a suceder, y destacaron la llegada al Azteca, al que calificaron como el mejor estadio del mundo” frente a una gran multitud, donde hoy, a 55 años, lo que recuerdan “es ese amor por la gente” y “la familia que habíamos encontrado en México”.

En tanto, la pionera mexicana y portera de la escuadra Azteca Elvira Aracén recordó los espacios en los que jugaban hace 55 años, donde incluso tenían que limpiar piedras y vidrios, por lo que compartió la alegría de recibir la cancha “Pioneras del 71”, una acción que consideró una maravilla y que reconoció que no fue fácil, un logro que extendió a las jugadoras de las diferentes selecciones.



DATOS DUROS

- Se rehabilitan de forma integral 3 canchas de fútbol y básquetbol, ejercitadores y juegos infantiles.
- En Xochimilco, el gobierno capitalino impulsa trabajos de mejoramiento del tren ligero y acondicionará 17 espacios deportivos.
- La estrategia contempla construir y rehabilitar 500 canchas de fútbol a lo largo de toda la Ciudad de México.
- Brugada Molina señaló que la justa mundialista ha sido un acelerador de obras y equipamiento para la Ciudad de México, pues recordó que las intervenciones que se realizan para recibir este evento deportivo internacional serán con miras a un beneficio permanente para la población como la transformación del Tren Ligero que va de Taxqueña a Xochimilco, además de las 500 canchas construidas o rehabilitadas en toda la ciudad, 17 de ellas solo en Xochimilco.
- Clase de Fútbol más Grande del Mundo, el próximo 15 de marzo, con la cual se buscará romper un Récord Guinness.
- Al tomar la palabra, el secretario de Obras y Servicios, Raúl Basulto Luviano, informó que en el deportivo San Lucas Xochimanca, de más de 10 mil 600 metros cuadrados, se realizó una intervención integral en la cancha futbol 11, al colocarse 4 mil 500 metros cuadrados de pasto sintético, dos nuevas porterías y la construcción de 284 metros lineales de guarniciones perimetrales; en la cancha de fútbol rápido se instalaron 323 metros cuadrados de pasto sintético, rehabilitaron 201 metros cuadrados de muros perimetrales y colocaron 182 m estros cuadrados de reja.
- Se rehabilitaron los ejercitadores, y se colocaron 90 metros de malla ciclónica, se crearon 12 murales y se instalaron 33 luminarias. En general en todo el deportivo se aplicaron 5 mil 343 metros cuadrados de pintura, se atendieron 40 metros cuadrados de bacheo, y se realizó la poda de 33 árboles y balizamiento de 263 metros lineales.
- Refirió que 7 mil 648 niñas y niños se inscribieron gratuitamente a dicho torneo comunitario, en el que se anotaron más de 6 mil goles, y los 80 niños y niñas ganadores, podrán ir con un acompañante a la inauguración del estadio Ciudad de México con el partido México-Portugal, el próximo 28 de marzo.
- La secretaria de Cultura, Ana Francis López Bayghen Patiño, invitó a la población femenil a participar en el torneo "Mujeres Libres en el Fútbol", donde podrán participar mujeres de 18 a más de 100 años y que arrancará el próximo miércoles 4 de marzo.

FUENTE

<https://www.eleconomista.com.mx/politica/inaugura-clara-brugada-canchas-pioneras-20260227-802012.html>



Sheinbaum garantiza seguridad del Mundial: Revela que la FIFA le pidió analizar el tráfico en sedes.

Publicado: el 27 febrero 2026.

La presidenta de México, Claudia Sheinbaum, garantizó la seguridad para los equipos que participarán en el Mundial de fútbol de la FIFA así como a los turistas que visiten el país para esta justa mundialista.

Sheinbaum agradeció en su habitual conferencia mañanera al presidente de la FIFA, Gianni Infantino, que desde el principio tuviera la confianza en el país para llevar a cabo el Mundial.

"Agradezco mucho a Gianni Infantino, presidente de la FIFA, está cumpliendo 10 años al frente de la FIFA. Ayer hablamos por teléfono alrededor de las 6 de la tarde, y me aseguró la realización del Mundial en nuestro país, y acordamos que un equipo de la FIFA vendrá a revisar varios temas", dijo la primera mandataria desde Mazatlán, Sinaloa.

"Estamos trabajando desde hace mucho tiempo, pero particularmente el tema de la seguridad; pero también me pidió que viéramos el tráfico entre las tres ciudades (Ciudad de México, Guadalajara y Monterrey) para garantizar la movilidad de quienes asistirán a los estadios, entre otros temas en los que estamos trabajando", dijo.

La presidenta de México auguró que "va a ser un buen Mundial", dijo tener la certeza de que se va a llevar con seguridad. "Todos los equipos del mundo pueden estar seguros de que en México serán recibidos con los brazos abiertos y todos los turistas del mundo que vienen a México pueden tener la certeza que llegan a un lugar seguro, tranquilo, y que van a pasar el mejor momento de su vida", comentó.

El presidente de la FIFA, Gianni Infantino, aseguró este jueves en una llamada telefónica con Sheinbaum que hay plena confianza en México como sede del Mundial que comenzará el jueves 11 de junio con el encuentro entre la Selección Mexicana y Sudáfrica.

La llamada se produjo luego de que varios estados del país fueran sacudidos por hechos violentos tras la muerte, el domingo como resultado de un operativo militar, del líder del Cártel Jalisco Nueva Generación (CJNG), Nemesio Oseguera Cervantes, "El Mencho".

"Reiteré nuestra plena confianza en el país anfitrión y espero con gran entusiasmo que albergue todos los partidos programados allí", escribió Infantino en Instagram, en la publicación compartió una fotografía con Sheinbaum tomada durante la ceremonia del sorteo para el Mundial, en diciembre del 2025.

"Seguimos trabajando como hasta ahora para realizar con éxito la Copa Mundial de Fútbol 2026. Confirmamos la confianza en el país", respondió más tarde Sheinbaum en X.



El martes, la presidenta descartó en su habitual conferencia mañanera que existan riesgos para los aficionados que viajen a México para la justa deportiva, en especial a Guadalajara, que junto con la CDMX y Monterrey serán las sedes del Mundial 2026.

FUENTE

<https://www.eleconomista.com.mx/politica/sheinbaum-garantiza-seguridad-mundial-revela-fifa-le-pidio-analizar-traffic-sedes-20260227-801974.html>

Sectur ante furia por ‘El Mencho’: «No vean imágenes que no son»

Publicado: el 27 febrero 2026.

Josefina Rodríguez, secretaria de Turismo de México (Sectur), aseguró a *REPORTUR.mx*, que los procesos migratorios para los colombianos se mejoraron, lo que ha permitido el incremento de llegada de los turistas de este mercado.

“Ha mejorado mucho estadísticamente, tenemos un nuevo sistema que hace que no se quede a discrecionalidad si eres inadmitido o no; hoy te garantizamos tus derechos humanos”, dijo Rodríguez a este periódico.

Así mismo, señaló que garantizan la entrada de los colombianos, “siempre y cuando cumplan con los documentos oficiales y van a poder disfrutar de un gran país”, mencionó Rodríguez a *REPORTUR.mx*.

En cuanto a la seguridad y luego de los sucesos por la baja de ‘El Mencho’, afirmó que México está muy bien: “Estamos en la normalidad, tenemos en junio el Mundial de Fútbol anunciado, hoy todos los eventos siguen, los aeropuertos están plenamente en operación, las carreteras, así que vean canales oficiales, no vean imágenes que no son y que no corresponden a nuestro país. Como todos los países, estamos en acciones, pero salvaguardamos el cuidado de nuestros turistas, garantizamos su cuidado”, concluyó Rodríguez.

Como lo informó *REPORTUR.mx*, luego de una caída del 60% de pasajeros colombianos que viajaban al Caribe mexicano durante el verano de 2025, repuntó, pero no a los niveles de hace dos años, según lo confirmaron en su momento a *REPORTUR.co* algunas agencias de viajes. (Optimismo en QRoo al repuntar el turista colombiano tras hundirse).

“En verano cayó un 60% el número de pasajeros, comparado con el año pasado. Uno, porque había mucho mercado migrante y con las nuevas políticas de Estados Unidos se cayeron todos esos pasajeros; y dos, muchos se sentían amenazados y cambiaron esos destinos por República Dominicana”, dijo en su momento a *REPORTUR.co* una fuente del sector de agencias.

FUENTE

<https://www.reportur.com/estados-unidos/2026/02/27/sectur-ante-furia-por-el-mencho-no-vean-imagenes-que-no-son/>

Jorge Mejía recibe Premio a la Excelencia Turística “Miguel Alemán Valdés”.

Publicado: el 27 febrero 2026.

Por: Nadia Hernández / Inversión Turística

La Fundación Miguel Alemán A.C. entregó el Premio a la Excelencia Turística 2026 al empresario Jorge Mejía Ortega, quien arropado por otros empresarios del sector, fue reconocido con el prestigiado galardón por el trabajo de cinco décadas de visión y resiliencia en el turismo denominado tradicionalmente «industria sin chimeneas».

Jorge Mejía con más de 50 años de trayectoria, actualmente CEO de Mexitours, ha promocionado destinos del país en el mercado asiático, y fue elegido para entregarle la máxima distinción de la industria y en esta edición XXXV en donde hubo 23 candidatos más.

En la Biblioteca Mexicana de la Fundación Miguel Alemán se reunió la élite del sector empresarial y turístico para celebrar este hito en la historia de la Fundación, ya que desde su institucionalización en 1989, la Medalla de Excelencia Turística “Miguel Alemán Valdés” no es sólo un premio; es el reconocimiento a la arquitectura del turismo moderno.

En esta edición, el jurado decidió honrar a dos figuras que han definido el rumbo de la industria en el país:

- Medalla a la Excelencia: Jorge Alfredo Mejía Ortega
 - Fundador y CEO de Mexitours
- Mención Honorífica: Dolores López Lira
 - Presidenta de Grupo Lomas

Cristian Carrillo Puerto Alvarado, director general de la Fundación, agradeció a las y los trabajadores del sector y señaló que el turismo no solo es una industria, sino un puente entre culturas y motor de prosperidad compartida, así como una experiencia que transforma a quien viaja y recibe. “(El turismo) genera desarrollo y puede sacar al país de la pobreza [...] Quintana Roo, antes del turismo, era el estado más pobre, hoy es el tercero que genera mayor riqueza”, afirmó.

Mejía Ortega se consolida como el pilar fundamental en la operación turística de México. Su liderazgo no solo se mide en décadas, sino en su capacidad para evolucionar a través de marcas innovadoras como Leemba Travel.

Por su parte, Jennie Sherem Serur, directora General del Instituto de Promoción Turística de la CDMX, celebró que este año se pusiera un foco especial en el turismo femenino. “Nuestra grandeza no solo está en nuestros museos, sino en el corazón de quienes crean experiencias a diario. Viajar no solo transforma territorios, transforma vidas”, aseveró.



En tanto que la secretaria de Turismo de la Ciudad de México, Alejandra Frausto, dijo: “Me llena de alegría felicitar de manera muy especial a Jorge (...) Su trayectoria y compromiso han contribuido de manera ejemplar al fortalecimiento del turismo en nuestro país y la Ciudad de México. Todo mi cariño, querido Jorge, y a esa dupla imparable. ¡Enhorabuena!”, escribió en su cuenta de X.

Durante la ceremonia Jorge Mejía dijo: “Para mí siempre ha sido un honor enseñarle México al mundo; somos un referente desde los tiempos de Humboldt”, expreso al recibir el reconocimiento.

“Un turista es como un amigo cuando uno lo visita en su casa. Le ofrece la mejor bebida, el mejor alimento pero, ante todo, la mejor atención [...] Si ya decidieron invertir su tiempo y dinero en venir a México, lo menos que podemos hacer es tratarlos con mucho agradecimiento y amor”, agregó Jorge Mejía, quien fue descrito como el “arquitecto del turismo receptivo”.

FUENTE

<https://inversion-turistica.com/2026/02/27/jorge-mejia-recibe-premio-a-la-excelencia-turistica-miguel-aleman-valdes/>



ASETUR participa en el lanzamiento de la VIII Macrorrueda de Turismo de la Alianza del Pacífico.

Publicado: el 27 febrero 2026.

En representación de la secretaria de Turismo, Josefina Rodríguez Zamora, el presidente de las Secretarías y Secretarios de Turismo de México (ASETUR), Bernardo Cueto Riestra, participó en el lanzamiento de la VIII Macrorrueda de Turismo de la Alianza del Pacífico, principal espacio de negocios turísticos del bloque regional integrado por Chile, Colombia, México y Perú, que busca impulsar la comercialización de destinos sostenibles.

El anuncio se realizó en el marco de la Vitrina Turística de ANATO, una de las principales ferias turísticas de América Latina, que se lleva a cabo en la capital colombiana, y en el cual participaron autoridades, organismos de promoción, cámaras empresariales y representantes del sector turístico de los países miembros, con el propósito de impulsar estrategias de promoción conjunta, atraer inversión, ampliar la conectividad aérea y generar nuevas oportunidades de negocio para los destinos de la región.

Así mismo, la Macrorrueda de Turismo de la Alianza del Pacífico apuesta hacia terceros mercados, especialmente China, aliado clave para la promoción multidesino del bloque, y principal emisor de turistas a nivel mundial, además de un alto nivel de gasto. En 2025, el gasto promedio per cápita del turista chino superó los 2,800 dólares, ubicándose como el segmento de mayor valor para nuestros destinos, considerando además que el gasto global de este mercado alcanzó la cifra histórica de 459 mil millones de dólares.

En su intervención, Cueto Riestra resaltó que la cooperación regional es la mejor ruta para fortalecer al turismo e impulsar la inversión, por lo que este encuentro representa una oportunidad histórica para renovar la visión estratégica de promoción conjunta y proyectar a nuestra región con mayor fuerza en los mercados internacionales.

Resaltó la coordinación del Grupo Técnico de Agencias de Promoción (GTAP) integrado por el Servicio Nacional de Turismo de Chile (SERNATUR), la Secretaría de Turismo de México (SECTUR), PROMPERÚ y ProColombia.

Señaló que el plan de trabajo, que se puso en marcha este día, impulsará iniciativas como el desarrollo de un catálogo digital regional de empresas y destinos sostenibles, la creación de comunidades digitales especializadas en turismo responsable, la organización de seminarios y webinars de capacitación, así como la creación de espacios de vinculación empresarial que faciliten alianzas, inversiones y oportunidades reales de negocio entre nuestros países.

El presidente de ASETUR indicó también que se promoverán campañas conjuntas en ferias internacionales, como ahora en ANATO, colaboraciones con aerolíneas, y estrategias de posicionamiento global que permitan ampliar la visibilidad de nuestros destinos.



Subrayó que el objetivo es aumentar el flujo de turistas hacia los países que forman parte de la Alianza del Pacífico y fortalecer el turismo intrarregional, beneficiando directamente a nuestras empresas, emprendedores y a las comunidades.

“Esta Macrorrueda no es un evento aislado, sino que es una pieza estratégica dentro de una agenda anual para consolidar el turismo internacional. Que este esfuerzo regional trascienda fronteras. Sigamos construyendo de manera conjunta un turismo más innovador, sostenible e integrado para nuestra región”, concluyó.

La VIII Macrorrueda de Turismo de la Alianza del Pacífico será el próximo 23 y 24 de abril en la ciudad de Armenia, capital del departamento del Quindío, en Colombia; y se prevé que reúna a 100 empresas receptoras, y a 50 compradores internacionales.

FUENTE

<https://inversion-turistica.com/2026/02/27/asetur-participa-en-el-lanzamiento-de-la-viii-macrorrueda-de-turismo-de-la-alianza-del-pacifico/>

Canaco prevé derrama económica de más de 403 millones de pesos por concierto de Shakira.

Publicado: el 26 febrero 2026.

Por: Elba Mónica Bravo

Ciudad de México. El concierto gratuito de Shakira en el Zócalo, con el que cerrará la gira 'Las Mujeres Ya No Lloran World Tour', generará un impacto económico de 403 millones 613 mil pesos, estimó la Cámara Nacional de Comercio, Servicios y Turismo (Canaco) en la Ciudad de México, por la ocupación hotelera, la asistencia a los restaurantes y el uso de servicios de transporte privado, así como la venta de artículos promocionales que dinamizarán la economía de miles de familias.

La Canaco dijo que se prevé una asistencia entre 280 a 300 mil personas, además se anticipa una ocupación superior al 90 por ciento en los hoteles del primer cuadro de la capital, impulsada por visitantes nacionales e internacionales.

El sector restaurantero se verá beneficiado al recibir un flujo masivo de comensales antes y después del espectáculo, así como el transporte y el comercio local.

El presidente de la Canaco, Vicente Gutiérrez Camposeco, dijo que el concierto no tendrá costo para el erario, sino que será financiado por la iniciativa privada a través de grupo Modelo como parte de su centenario.

El concierto, que se realizará el próximo domingo 1 de marzo a las 20 horas, "será útil para impulsar la economía de los establecimientos aledaños al Zócalo y consolida la Ciudad de México como la capital del entretenimiento en América Latina".

El organismo empresarial llamó a los comercios locales a mantener la calidad en el servicio y pidió a las autoridades capitalinas garantizar la seguridad y movilidad para que el evento transcurra con saldo blanco.

FUENTE

<https://www.jornada.com.mx/noticia/2026/02/26/capital/canaco-preve-derrama-economica-de-mas-de-403-millones-de-pesos-por-concierto-de-shakira>