



México: reto de hoteleros es subir noches promedio para el Mundial.

Publicado: el 29 enero 2026.

De acuerdo con Miguel Ángel Fong González, presidente de la Asociación Mexicana de Hoteles y Moteles (AMHM), el reto de los hoteleros para el Mundial de Fútbol será aumentar las noches promedio.

“El verdadero reto será extender las estancias promedio y lograr que los visitantes permanezcan más noches en el país”, dijo. Por esto, indicó que es clave el trabajo en equipo y la creatividad para generar circuitos turísticos que aumenten las estancias y la pernocta. «El hotel se queda con una parte pequeña de la derrama; lo fundamental es que ese beneficio llegue a todo el destino y a la sociedad que lo conforma”, afirmó.

Fong González mencionó que tendrán viajeros que solo llegarán para los partidos de su selección. Como ejemplo, comentó que aficionados que asistan a encuentros específicos podrían permanecer alrededor de ocho días. No obstante, “si se logra integrar una agenda turística atractiva en coordinación con operadores y destinos, las estancias podrían duplicarse, especialmente cuando los visitantes vengan acompañados de sus familias”.

“Habrá que trabajar en equipo (coordinación entre autoridades, empresarios y prestadores de servicios turísticos) para que este evento no solo sea un éxito deportivo, sino también una gran oportunidad de desarrollo económico y turístico para todo México”, aseguró.

Así mismo, apuntó que el Mundial es la oportunidad “única” para disparar la derrama turística integral, más allá de los estadios y las ciudades anfitrionas. “Las expectativas son altamente positivas, con proyecciones de ocupaciones cercanas al 100 por ciento, especialmente en las tres ciudades sede, aunque los beneficios económicos se extenderán a todo el territorio nacional”, manifestó.

Agregó que “no solamente la derrama ocurrirá en las sedes; todos los destinos del país, como Cancún, se están preparando para ser parte del evento, generando conexiones y circuitos turísticos que permitan mover a los visitantes hacia otros atractivos, también los Pueblos Mágicos”, explicó.

Como lo informó *REPORTUR.mx*, la periodista, investigadora y columnista del Grupo Reforma, Peniley Ramírez, señaló recientemente 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. (CDMX: denuncia por obras para el Mundial con el dinero del turismo).

“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”, aseguraba Ramírez en X.



DATOS DUROS

- Fong González mencionó que los aficionados que asistan a encuentros específicos podrían permanecer alrededor de ocho días.
- “Las expectativas son altamente positivas, con proyecciones de ocupaciones cercanas al 100 por ciento, especialmente en las tres ciudades sede, aunque los beneficios económicos se extenderán a todo el territorio nacional”.

FUENTE

<https://www.reportur.com/hoteles/2026/01/29/mexico-reto-de-hoteleros-es-subir-noches-promedio-para-el-mundial/>

Eduardo Paniagua y Felipe Cervantes son expulsados de forma “definitiva” de la AMAV.

Publicado: el 29 enero 2026.

Redacción / Inversión Turística

En un comunicado interno se dio a conocer que Felipe Cervantes Vega y Eduardo Paniagua Morales, expresidentes nacionales de la Asociación Mexicana de Agencias de Viajes (AMAV), en los periodos inmediatos anteriores al actual fueron expulsados “en forma definitiva” del organismo.

El documento en poder de **Inversión Turística**, señala que en el marco de la Segunda Asamblea General Ordinaria del periodo 2025–2027, celebrada el pasado 17 de enero en la Ciudad de México, y debidamente instalada conforme a los estatutos sociales vigentes, la Asamblea General, órgano máximo de decisión de la Asociación, se acordó mediante votación la expulsión definitiva de los mencionados, ahora exsocios, además de Alfredo Saldaña Fuentes y Juan Ricardo Valero García, quienes también fueron separados de la AMAV Nacional.

Cabe recordar que Eduardo Paniagua, presidente saliente de AMAV Nacional en 2024, dejó a la asociación con el 40% menos de membresía de socios, tan sólo en el último mes al término de su administración, los tres destinos turísticos por excelencia y con mayor capacitación de turistas internacionales y nacionales quedaron sin su representación.

Agentes de viajes, turoperadores y operadores que pertenecían a la AMAV Nacional de Los Cabos, Cancún, Cozumel, Riviera Maya y Puerto Vallarta, destinos considerados por la Sectur como los más influyentes y con mayor captación de turistas y divisas, se deslindaron de la asociación que dirigía Eduardo Paniagua.

Posteriormente Eduardo Paniagua cedió la presidencia a Felipe Cervantes, igualmente en elecciones realizadas “a modo” a decir de sus agremiados quienes manifestaron su descontento en redes sociales, incluso no dieron su voto para la reelección al siguiente periodo.

Tanto la administración de Eduardo Paniagua como la de Felipe Cervantes fueron señaladas por los socios como ‘invadida’ por el interés del poder únicamente, sin rendición de cuentas y cada vez más sin recursos internos.

Paniagua Morales visitó 132 Pueblos Mágicos sin justificación de los viajes en beneficio de los socios. En tanto que conforme avanzó su administración la AMAV Nacional se quedó sin representación en la mayoría de los estados del país.

En tanto que Felipe Cervantes, con marcada administración desde su llegada al ser el único candidato luego de eliminar a los demás aspirantes tal como sucedió al inicio de la administración de Eduardo Paniagua, también enfrentó manejo de recursos sin transparencia.

Socios que pidieron el anonimato, indicaron que “cuando empezó (Eduardo Paniagua), pensamos que si habría transparencia, y lo que criticaba de Jorge Hernández (su antecesor), fue su bandera finalmente. Las elecciones son un



fraude, pues un candidato único es totalitarismo, y seguirá lo mismo de siempre ya que la asociación no la manejaba Paniagua sino Cervantes, entonces tal vez nos salgamos de la asociación y busquemos otras alternativas”, señalaron en su momento a este medio.

La AMAV Nacional aclaró que derivado de la resolución, a partir de la fecha señalada, Felipe Cervantes Vega, Eduardo Paniagua Morales, Alfredo Saldaña Fuentes y Juan Ricardo Valero García “han dejado de formar parte de la AMAV, por lo que no mantienen relación asociativa ni representación alguna, ni cuentan con facultades, autorización o vínculo institucional para actuar o realizar gestiones a nombre de esta Asociación”, puntualizó.

Asimismo, “la Asociación Mexicana de Agencias de Viajes se deslinda de manera expresa y exclusivamente de cualquier uso del nombre, imagen, logotipo o representación institucional de la AMAV que pudiera realizarse por parte de las personas referidas, antes o después de la citada resolución”, agregó.

El Consejo Directivo Nacional de la AMAV Nacional también se deslindó de un pronunciamiento sobre la vida personal, profesional o actividades ajenas al ámbito asociativo de los exsocios mencionados.

DATOS DUROS

- Eduardo Paniagua, presidente saliente de AMAV Nacional en 2024, dejó a la asociación con el 40% menos de membresía de socios, tan sólo en el último mes al término de su administración, los tres destinos turísticos por excelencia y con mayor capacitación de turistas internacionales y nacionales quedaron sin su representación.
- Paniagua Morales visitó 132 Pueblos Mágicos sin justificación de los viajes en beneficio de los socios.

FUENTE

- <https://inversion-turistica.com/2026/01/29/eduardo-paniagua-y-felipe-cervantes-son-expulsados-de-forma-definitiva-de-la-amav/>

CONCANACO SERVYTUR reporta derrama de 25 mil mdp y refuerza agenda de inversión tras FITUR 2026.

Publicado: el 28 enero 2026.

CONCANACO SERVYTUR informó una cifra oficial de derrama/inversión por 25 mil millones de pesos (1,500 millones de dólares) derivada de su agenda en FITUR 2026, con impacto esperado en turismo, servicios, comercio y movilidad.

- *CONCANACO SERVYTUR informó una cifra oficial de derrama/inversión por 25 mil millones de pesos (1,500 millones de dólares) derivada de su agenda en FITUR 2026, con impacto esperado en turismo, servicios, comercio y movilidad.*
- *El presidente de CONCANACO SERVYTUR, Octavio de la Torre, llamó a fortalecer la certidumbre jurídica como condición para atraer inversión, acelerar proyectos y proteger el empleo.*

La Confederación de Cámaras Nacionales de Comercio, Servicios y Turismo (CONCANACO SERVYTUR México) dio a conocer, durante sus conferencias de prensa institucionales de los miércoles, una cifra oficial de derrama/inversión por 25 mil millones de pesos (1,500 millones de dólares) derivada de la agenda de vinculación internacional realizada en FITUR 2026, con impacto esperado en turismo, servicios, comercio y actividades asociadas.

La Confederación precisó que el despliegue de esta inversión se proyecta para el periodo 2026–2030 y estará sujeto a la implementación y viabilidad administrativa en los tres órdenes de gobierno, incluyendo tramitología municipal, estatal y federal, conforme se habiliten permisos, licencias y procesos regulatorios necesarios para su ejecución.

Previo a presentar los resultados de FITUR, el presidente de CONCANACO SERVYTUR México, Octavio de la Torre, subrayó que la inversión requiere un entorno de confianza, previsibilidad y Estado de derecho, y llamó a que prevalezcan la legalidad, la institucionalidad y el diálogo responsable para evitar señales de confrontación o politización que retrasen decisiones productivas.

“México necesita reglas claras, instituciones sólidas y un Poder Judicial enfocado en garantizar legalidad”, señaló, al enfatizar que la certidumbre jurídica es un componente esencial para proteger el empleo y dar estabilidad a las empresas y negocios familiares que sostienen la economía del país.

CONCANACO SERVYTUR informó que su participación en FITUR 2026 se diseñó para transformar encuentros en oportunidades reales para el sector comercio, servicios y turismo, con tres prioridades institucionales: fortalecer la promoción turística de México, atraer inversión nacional e internacional y ampliar la conectividad empresarial del país.

La agenda contó con una delegación de perfil productivo y presencia territorial: 56 integrantes de 16 estados, con 13 presidentas y presidentes de Cámaras, y representación directa de más de 300 mil empresas afiliadas, con enfoque en MIPYMES y empresas familiares como columna vertebral de la economía local.



Como parte de la agenda, la Confederación reportó encuentros con más de 300 empresarias y empresarios, así como reuniones con organismos internacionales y aliados estratégicos, entre ellos: ONU Turismo, CEOE, ASICOTUR, Asociación Empresarial México-España, Hispanidad Futura, PromPerú, SEO Strategic, HOPE, Indes Capital, Flix, Vecoplan, Santander, BBVA, ICTES, Fundación Casa de México en España, Fashion Art Institute, El Corte Inglés, Pangea (The Travel Store), además de aliados de contenido y posicionamiento como Mundo Ejecutivo, Bisila Bokoko, Ixte y El Viaje, entre otros.

Asimismo, la misión fue acompañada por empresas mexicanas con vocación de crecimiento, cadenas de valor y oferta turística, incluyendo: TLC Asociados, Trade and Law College, Santuario Hotel, Calle Chenú, Calexi Group, Ubuntu, Villa Carmita, Santo Canto, La Pasión de Alondra, CONCAEM, Rancho La Puerta, Tu Perfil, Syntelix, Grupo Quisa, El Mejor Pan, La Fortuna del Centro de León, La Dilo Logistics, Viña María y Luna de Agave, entre otras.

Entre los resultados reportados, CONCANACO SERVYTUR destacó la firma de cuatro convenios de promoción para fortalecer oportunidades de negocio, así como la incorporación a la alianza “Viaja Seguro rumbo al Mundial 2026”, orientada a la protección de niñas, niños y adolescentes contra la trata.

También se presentó el cortometraje “El Buen Morir”, que será registrado en 17 festivales internacionales, como parte de un esfuerzo de proyección cultural y turística de México ante nuevos públicos.

La Confederación subrayó que los resultados internacionales requieren continuidad y ejecución: “la inversión no depende únicamente de la presencia internacional, sino del seguimiento técnico y operativo a cada acuerdo, cada contacto y cada ruta identificada”.

Para ello, anunció que el seguimiento se realizará a través del Global Investment Consulting Center (GICC) como instancia de vinculación, acompañamiento y medición de resultados, además de impulsar nuevas agendas internacionales con Honduras, Uruguay, Emiratos Árabes Unidos y España, orientadas a ampliar oportunidades de inversión, comercio y turismo.

CONCANACO SERVYTUR reiteró que su agenda se mantendrá enfocada en convertir relaciones en inversión, inversión en empleo y empleo en bienestar, con impacto directo en las entidades federativas y en la economía local.

DATOS DUROS

- Cifra oficial de derrama/inversión por 25 mil millones de pesos (1,500 millones de dólares) derivada de su agenda en FITUR 2026.
- La agenda contó con una delegación de perfil productivo y presencia territorial: 56 integrantes de 16 estados, con 13 presidentas y presidentes de Cámaras, y representación directa de más de 300 mil empresas afiliadas, con enfoque en MIPYMES y empresas familiares como columna vertebral de la economía local.
- La Confederación reportó encuentros con más de 300 empresarias y empresarios, organismos internacionales y aliados estratégicos, entre ellos: ONU Turismo, CEOE, ASICOTUR, Asociación Empresarial México–



España, Hispanidad Futura, PromPerú, SEO Strategic, HOPE, Indes Capital, Flix, Vecoplan, Santander, BBVA, ICTES, Fundación Casa de México en España, Fashion Art Institute, El Corte Inglés, Pangea (The Travel Store).

- CONCANACO SERVYTUR destacó la firma de cuatro convenios de promoción para fortalecer oportunidades de negocio, así como la incorporación a la alianza “Viaja Seguro rumbo al Mundial 2026”
- Se presentó el cortometraje “El Buen Morir”, que será registrado en 17 festivales internacionales, como parte de un esfuerzo de proyección cultural y turística de México ante nuevos públicos.

FUENTE

<https://www.concanaco.org/blog/comunicados-de-prensa-4/concanaco-servytur-reporta-derrama-de-25-mil-mdp-y-refuerza-agenda-de-inversion-tras-fitur-2026-1425>

México está entre las 10 economías turísticas más grandes del mundo.

Publicado el 28 enero 2026.

México se ubicó en el séptimo lugar del ranking mundial de economías turísticas en 2024, con un valor total del turismo de 262,000 millones de dólares.



México forma parte del grupo de las diez **economías turísticas** más grandes del mundo, al colocarse en la séptima posición del ranking global correspondiente a 2024.

El valor total del sector turístico mexicano alcanzó los 262 mil millones de dólares, según datos del Consejo Mundial de Viajes y Turismo (WTTC), lo que confirma el peso estratégico de esta actividad dentro de la economía nacional.

Este posicionamiento refuerza el papel de México como uno de los destinos turísticos más relevantes a escala global y destaca la relevancia del turismo como fuente de ingresos y generación de actividad económica.



Estados Unidos encabeza la lista con un valor turístico estimado en 2.4 billones de dólares, una cifra que lo coloca muy por encima del resto de las economías analizadas.

En segundo lugar, se encuentra China, cuyo sector turístico alcanzó un valor de 1.3 billones de dólares, consolidándose como una de las principales potencias del turismo a nivel mundial.

En la **tercera posición** se ubica Alemania, con 488,000 millones de dólares, seguida por Japón, con 297,000 millones, y el Reino Unido, con 295,000 millones de dólares.

Estas economías reflejan la importancia del turismo como un componente relevante de su actividad productiva, apoyado en infraestructura, conectividad y elevados niveles de gasto.

DATOS DUROS

- México se ubicó en el séptimo lugar del ranking mundial de economías turísticas en 2024, con un valor total del turismo de 262,000 millones de dólares.
- El valor total del sector turístico mexicano alcanzó los 262 mil millones de dólares, según datos del Consejo Mundial de Viajes y Turismo (WTTC).
- En primer lugar, se encuentra Estados Unidos con un valor turístico estimado en 2.4 billones de dólares.
- En segundo lugar, se encuentra China, cuyo sector turístico alcanzó un valor de 1.3 billones de dólares.
- En tercer lugar, se ubica Alemania, con 488,000 millones de dólares.
- En cuarta posición estos 297,000 millones, y el quinto lugar el Reino Unido, con 295,000 millones de dólares.

FUENTE

<https://www.eleconomista.com.mx/empresas/mexico-10-economias-turisticas-grandes-mundo-20260128-797357.html>



Chiapas: destituyen a secretaria de Turismo por divertirse en Madrid.

Publicado: el 28 enero 2026.

La secretaria de Turismo del estado de Chiapas, María Eugenia Culebro Pérez, fue destituida de su cargo el pasado martes, y en su lugar tomó posesión Segundo Guillén, quien se desempeñaba como subsecretario en la misma dependencia.

La exfuncionaria había viajado a Madrid, España, desde el 15 de enero, con una comitiva para participar en la Feria Internacional de Turismo Fitur; sin embargo, no regresó al terminar el evento turístico, sino que en redes sociales se difundieron videos en los cuales se muestra a su equipo en fiestas. Culebro Pérez prolongó su estancia en la capital española de manera injustificada, siendo captada en fotografías y videos.

En uno de los videos, se observa que el secretario particular y el personal a su cargo en la Fitur asistieron a un concierto del cantante Carlos Rivera mientras toman bebidas alcohólicas, así como diversas fotos en las que ella aparece visitando lugares turísticos de Madrid, sin comentar el trabajo realizado en la feria.

El gobernador de Chiapas, Eduardo Ramírez Aguilar, publicó, en su cuenta de la red social Facebook, la decisión de designar a Guillén, quien relevó a la funcionaria. Durante la toma de protesta, el Ejecutivo estatal enfatizó la necesidad de que los funcionarios se conduzcan con lealtad, transparencia y compromiso, lo que se interpretó como una indirecta a Culebro Pérez sobre la disciplina institucional requerida en su administración.

“Esta mañana tuve a bien designar a Segundo Guillén como nuevo titular de la Secretaría de Turismo. Lo exhorté a conducirse con lealtad, transparencia y compromiso para seguir impulsando el desarrollo turístico de Chiapas”, escribió el mandatario estatal.

Como lo informó REPORTUR.mx, el protagonismo de México en Fitur como principal patrocinador se vio asediado por las acciones de sus principales rivales. Cuba, de un lado, puso énfasis en la seguridad para turistas en la isla, ante las dudas del país azteca en este sentido, mientras Dominicana volvía a asombrar con un constante espectáculo en su stand vecino, donde las cabinas de los bancos no dejaban de hacer negocios. (México en Fitur se ve asediada por sus rivales Dominicana y Cuba).

DATOS DUROS

- La exfuncionaria había viajado a Madrid, España, desde el 15 de enero, con una comitiva para participar en la Feria Internacional de Turismo Fitur; sin embargo, no regresó al terminar el evento turístico



CAMARA DE COMERCIO
SERVICIOS Y TURISMO
CIUDAD DE MEXICO

FUENTE

<https://www.reportur.com/mexico/2026/01/28/chiapas-destituyen-a-secretaria-de-turismo-por-divertirse-en-madrid/>

El impuesto al hospedaje.

Publicado: el 9 enero 2026.

Por Jesús Alonso

El impuesto que nació turista y murió todólogo

Todo empieza siempre igual: con una buena intención y una peor ejecución. El impuesto al hospedaje nació para algo muy concreto y bastante decente: que el turista que duerme en tu estado ayude a que otros turistas quieran venir. Promoción, imagen, destino, narrativa. Básico.

Pero entonces alguien descubre una verdad incómoda: El impuesto al hospedaje sí se recauda. Puntualmente. Sin marchas. Sin plantones. Sin amparos. El turista paga, el hotel cobra, el dinero entra. Y ahí empieza la tentación.

“¿Y si lo usamos también para infraestructura?”
“¿Y si lo usamos para cosas que *también* benefician al turismo?”
“¿Y si el turismo es todo... entonces todo es turismo?”

Y así, con una semántica elástica y una definición lo suficientemente vaga, el impuesto deja de ser turístico y se convierte en impuesto comodín.

Veracruz es solo el ejemplo más reciente, no el único ni el último. Porque lo que viene después es perfectamente predecible.

Primero, el concepto de *infraestructura turística* se vuelve un cajón de sastre. Una calle mal pavimentada cerca de un hotel es turismo. Un alumbrado público deficiente es turismo. Una obra que ya estaba presupuestada pero necesita “refuerzo” también, mágicamente, es turismo. Todo lo que tenga una palmera cerca puede entrar en la bolsa.

Luego viene la gobernanza creativa. El sector que genera el impuesto —hoteleros, prestadores, anfitriones— conserva “voz”, pero pierde voto. Es decir: opina, pero no decide. Aplauda, pero no dirige. Escucha el informe, pero no firma el cheque.

El fideicomiso aparece como palabra mágica. Fideicomiso suena a orden, a candado, a profesionalización. En la práctica, muchas veces es solo una caja más elegante, con menos miradas encima y más margen para interpretar prioridades.

Después llega la fase favorita del sistema: el área gris. No hay desvío directo. No hay corrupción burda. No hay sobres manila. Hay algo mucho más eficiente: opacidad funcional.



Proyectos sin métricas claras. Obras sin impacto medible. Reportes que dicen “se fortaleció el turismo” sin explicar cómo, dónde ni con qué resultados. Dinero que no se pierde, pero tampoco se ve.

El sector privado, cansado de pagar sin decidir, empieza a desconectarse emocionalmente del impuesto. Algunos buscan cómo minimizarlo. Otros cómo reinterpretarlo. Otros simplemente dejan de creer. Y cuando se pierde la creencia, la recaudación se vuelve un trámite, no un compromiso.

Al final, el impuesto al hospedaje termina como muchas buenas ideas públicas en México: ni completamente robado, ni claramente útil. Solo diluido. Disperso. Irrelevante.

Y entonces alguien, dentro de unos años, preguntará con tono solemne: “¿Por qué ya no alcanza el dinero para promover el destino?” La respuesta será simple, pero nadie querrá oírla: porque lo usamos para todo... y no sirvió para nada.

FUENTE

<https://www.travelreport.mx/tragicomedia/impuesto-al-hospedaje-uso-desvio-turismo/>