



## **Tren Maya iniciará venta de boletos en Europa desde febrero.**

Publicado: el 30 enero 2026.

La Secretaría de Turismo (Sectur) dio a conocer que el Tren Maya abrirá la venta de boletos en Europa, en colaboración con la plataforma de transporte Flix. A partir del 1 de febrero, los turistas europeos podrán adquirirlos antes de sus recorridos por el sureste mexicano.

Agregó que la colaboración “fortalece la competitividad turística del país al integrar herramientas digitales que simplifican la experiencia de viaje y acercan los destinos del Mundo Maya a un mayor número de visitantes internacionales. La incorporación del Tren Maya a Flix confirma que este proyecto continúa consolidándose en el mercado europeo”, explicó Rodríguez Zamora.

El director general del Tren Maya, Óscar David Lozano, comentó que la alianza tiene también como fin redistribuir el flujo turístico hacia comunidades locales y fortalecer el turismo comunitario.

Manifestó que el acuerdo complementa la oferta del Grupo Mundo Maya, incluyendo hoteles, parques y museos. Flix está presente en 44 países y más de 6 mil 800 destinos.

Actualmente, el Tren Maya opera 20 servicios ferroviarios comerciales diarios y ha transportado 2.15 millones de pasajeros desde el inicio de operaciones, con un récord de 9 mil 844 viajeros en un solo día durante el periodo vacacional de invierno, resaltó el comunicado.

Como lo informó *REPORTUR.mx*, expertos han advertido del peligro de colapso que podría tener la vía elevada del Tren Maya entre Cancún y Tulum, pues la soportan siete mil pilotes construidos sobre suelo cárstico que es poroso en las cavernas de los cenotes. Además, critican la idea del tren de carga ante este riesgo. ([Tren Maya Cancún-Tulum: vía en peligro de colapso por suelo poroso](#)).

“Puede ser fatal un hundimiento de uno de los pilotes; de 5 o 10 centímetros, jala a los demás, inclina la vía y se sale”, dijo en su momento a TV Azteca Wilberth Esquivel, ingeniero civil experto en construcción de estructuras en la zona.

### **DATOS DUROS**

- La Secretaría de Turismo (Sectur) dio a conocer que el Tren Maya abrirá la venta de boletos en Europa, en colaboración con la plataforma de transporte Flix. A partir del 1 de febrero, los turistas europeos podrán adquirirlos antes de sus recorridos por el sureste mexicano.
- Flix está presente en 44 países y más de 6 mil 800 destinos
- Actualmente, el Tren Maya opera 20 servicios ferroviarios comerciales diarios y ha transportado 2.15 millones de pasajeros desde el inicio de operaciones, con un récord de 9 mil 844 viajeros en un solo día durante el periodo vacacional de invierno, resaltó el comunicado.



CAMARA DE COMERCIO  
SERVICIOS Y TURISMO  
CIUDAD DE MEXICO

**FUENTE**

<https://www.reportur.com/agencias/2026/01/30/tren-maya-iniciara-venta-de-boletos-en-europa-desde-febrero/>

## **CREA Turismo ya firmó organización para la Fitur en 2027 y 2028.**

Publicado: el 27 enero 2026.

La empresa firmó el compromiso con la Sectur para continuar con la compra de espacios y su comercialización en el país de la Feria Internacional de Turismo en Madrid, además de los Tianguis Turísticos.

Madrid, España. Turismo y promoción. El director de CREA Turismo (filial del grupo CIE), Rodrigo Hurtado, aseguró que ya está firmado el compromiso con la Secretaría de Turismo para continuar con la compra de espacios y su comercialización en México de la Feria Internacional de Turismo (Fitur) de Madrid, España, en 2027 y 2028, además de los Tianguis Turísticos.

Además, durante el presente año tendrán a su cargo 15 ferias más (entre ellas una en China), como parte del calendario que ayudará a los destinos mexicanos a promover sus atractivos a nivel mundial y seguir el impulso a la marca México está de moda.

El modelo de negocio a seguir en dichos encuentros no implica recursos federales y cada uno de los participantes, gobiernos estatales (o municipales) y empresas son quienes pagan para formar parte de pabellón mexicano.

“Lo que pasa es que los estados son los que están absorbiendo esa parte. Creo que la secretaria de Turismo (Josefina Rodríguez) está buscando cómo encontrar otros mecanismos para financiar. Todo va por buen camino”, explicó en uno de los salones de la empresa ubicados en el pabellón de México en la reciente edición de Fitur.

### [Compartir por LinkedIn](#)

Madrid, España. Turismo y promoción. El director de CREA Turismo (filial del grupo CIE), Rodrigo Hurtado, aseguró que ya está firmado el compromiso con la Secretaría de Turismo para continuar con la compra de espacios y su comercialización en México de la Feria Internacional de Turismo (Fitur) de Madrid, España, en 2027 y 2028, además de los Tianguis Turísticos.

Además, durante el presente año tendrán a su cargo 15 ferias más (entre ellas una en China), como parte del calendario que ayudará a los destinos mexicanos a promover sus atractivos a nivel mundial y seguir el impulso a la marca México está de moda.

El modelo de negocio a seguir en dichos encuentros no implica recursos federales y cada uno de los participantes, gobiernos estatales (o municipales) y empresas son quienes pagan para formar parte de pabellón mexicano.

“Lo que pasa es que los estados son los que están absorbiendo esa parte. Creo que la secretaria de Turismo (Josefina Rodríguez) está buscando cómo encontrar otros mecanismos para financiar. Todo va por buen camino”, explicó en uno de los salones de la empresa ubicados en el pabellón de México en la reciente edición de Fitur.

En la conversación dijo que, por su parte, siguen considerando la opción de que existan patrocinios de marcas como aerolíneas, hoteles o bancos, lo cual ya se



intentó en alguna ocasión desde que desapareció el Consejo de Promoción Turística de México, aunque sin éxito.

También está en análisis la posibilidad de seguir realizando encuentros de negocios en diferentes ciudades de Estados Unidos y Canadá en lo que llamaron Meet México Road Shows donde participan touroperadores, agentes de viaje especializadas, líneas aéreas y hoteles, entre otros actores, también pagando por su asistencia.

El año pasado hicieron ocho con el aval de la Secretaría de Turismo que resultaron ser un buen ejercicio para detonar la actividad turística entre los dos principales países emisores

### **Destacan “éxito” en Fitur 2026 de Madrid**

En enero del 2025, luego de anunciarse en Madrid que México sería el país socio de Fitur en el 2025 comenzaron los trabajos de organización, que sobre la marcha se hicieron complejos con la petición de que estuvieran presentes los 32 estados del país.

“El primer reto era el espacio que se requería para que el pabellón estuviera a la altura de las circunstancias. El espacio que se pensaba inicialmente era de 1,100 m2, como era antes. Después de una negociación logramos 1,780 m2 más y una segunda planta 158 m2 más 543 m2 en la parte exterior de los salones, es decir un total de 2,140 m2, casi el doble de como iniciamos. No se quedó nadie afuera”, explicó.

#### **- ¿Se cumplieron las expectativas?**

- He recibido comentarios positivos de que así fue. Todos los estados han hecho un esfuerzo enorme por las activaciones que hicieron también en las calles de Madrid. Me dice la gente local que nos ven en todos lados. Ha sido un éxito.

#### **- ¿Te han hecho comentarios colegas tuyos de otros países sobre la participación de México en esta Fitur?**

- He visto a la gente de República Dominicana y me dijo: nuestras enormes pantallas siempre son lo mejor, pero creo que esta vez sí nos ganaron por la exposición que tuvieron. Fue muy bueno descubrir a cada paso que los destinos mostraban su propia identidad. El resultado fue muy bueno por la participación comprometida de todos los actores.

### **DATOS DUROS**

- CREA Turismo (filial del grupo CIE), esta comprometida continuar con la compra de espacios y su comercialización en México de la Feria Internacional de Turismo (Fitur) de Madrid, España, en 2027 y 2028, además de los Tianguis Turísticos
- Además de 15 ferias más (entre ellas una en China).
- En 2025, se realizaron 8 encuentros de negocios en diferentes ciudades de Estados Unidos y Canadá en lo que llamaron Meet México Road Shows donde participan touroperadores, agentes de viaje especializadas, líneas aéreas y hoteles, entre otros actores.



- El espacio que se pensaba inicialmente era de 1,100 m<sup>2</sup>, como era antes. Después de una negociación logramos 1,780 m<sup>2</sup> más y una segunda planta 158 m<sup>2</sup> más 543 m<sup>2</sup> en la parte exterior de los salones, es decir un total de 2,140 m<sup>2</sup>, casi el doble de como iniciamos.

**FUENTE**

<https://www.eleconomista.com.mx/empresas/crea-turismo-firmo-organizacion-fitur-2027-20260127-797294.html>

## **Sector ve cierre exitoso de la participación de México en Fitur 2026.**

Publicado: el 26 enero 2026.

México tuvo una exposición de marca sin precedentes en la mayor feria turística del mundo, que tuvo un tráfico de 140,000 personas.

Madrid, España. En la edición 46 de la Feria Internacional de Turismo (Fitur) México gritó que es un país que está de moda. Ser el país socio en un año mundialista y buscar ser el quinto país más visitado del mundo en el 2030 lo merecía (hoy es sexto y tiene en el Caribe grandes competidores).

La gran fiesta de promoción de los atractivos de sol y playa, cultura, gastronomía o aventura que hicieron, por primera ocasión, los 32 estados del país en un espacio de 1,800 m2 de exposición no pasó desapercibida para los hasta 140,000 visitantes que pasaron por ahí.

Empresarios, gobernadores y secretarios de Turismo estatales mostraban sus sonrisas en medio del bullicio de celebración. Sus colaboradores grababan videos que se transmitieron en redes sociales y se tomaron fotos entre ellos. El esfuerzo para estar presentes sin tener apoyo económico federal no detuvo el entusiasmo.

“Fue un Fitur muy fructífero. Lo que se logró en esta feria es un éxito, pero vamos por más”, comentó a El Economista la secretaria de Turismo, Josefina Rodríguez, quien de paso dijo que la marca México está de moda ya fue registrada por la dependencia ante el Instituto Mexicano de la Propiedad Industrial (IMP).

La funcionaria apoyaba sus palabras de que México pasa por un buen momento con cifras del Instituto Nacional de Estadística y Geografía (Inegi): entre enero y noviembre las divisas turísticas alcanzaron la cifra récord de 31,219.7 millones de dólares y 42.5 millones de turistas internacionales llegaron, con lo que se logró un alza del 5.8 por ciento.

No obstante, la llegada de turistas aéreos (que representa el 80% de los ingresos) no tiene el mismo comportamiento.

“2025 fue un año atípico, hubo pocos aviones. No se abrieron tantos asientos y bajamos el 2%, pero hay países con caídas mayores. Quiere decir que tenemos que buscar más conectividad y seguimos invitando a las aerolíneas a crear nuevos mercados”, reconoció la secretaria de Turismo.

Directivos de Aeroméxico reiteraron sus próximas conexiones de la Ciudad de México a Barcelona y de Monterrey a París, en tanto representantes de la aerolínea española Iberia retomaron el anuncio de la ruta que van a iniciar este año: Monterrey-Madrid.

En estos días, también destacó el encuentro que tuvieron en una oficina del pabellón México la gobernadora de Quintana Roo, Mara Lezama, con el director de Viva, Juan Carlos Zuazua, con motivo de la ruta Cancún-Acapulco. El segundo se reunió después con dirigentes de Iberia, con quien tienen un acuerdo de código compartido.



## **El WTTC felicita**

Previo al inicio de la feria internacional, se conoció que la mexicana Gloria Guevara volvía a ocupar el cargo de presidenta y CEO del Consejo Mundial de Viajes y Turismo (WTTC, por sus siglas en inglés), que ya tiene su sede en Madrid y estuvo presente en el recinto ferial con motivo de diversas reuniones de trabajo.

“La presentación de México ha sido excelente en Fitur. Impresionante es el despliegue. Me da gusto que haya venido la secretaria de Turismo, gobernadores... sobre todo tantos empresarios enfocados a vender México. Es muy importante la participación de la iniciativa privada y ver a Antonio Cosío (presidente del Consejo Nacional Empresarial Turístico), hoteleros, touroperadores y otros actores es muy relevante porque son los que venden los atractivos de México”, agregó.

Otra de las personalidades que supo de la presencia mexicana fue la secretaria general de ONU Turismo, Shaikha Al Nowais, con quien Josefina Rodríguez se reunió en privado. “Conversamos sobre México como sede del 4º Congreso de Turismo Deportivo 2026 y del Foro Mundial de Turismo Cultural, además de fortalecer la capacitación y el trabajo colaborativo”, compartió en su cuenta de Facebook la funcionaria.

En los días de feria, Michoacán, Tabasco, Guerrero, Puebla, Morelos, Oaxaca, Tlaxcala, Aguascalientes, Hidalgo o Chihuahua hicieron todo por llamar la atención y compartir sus atractivos en reuniones de negocio o charlas informales que eventualmente se convertirán en la comercialización de grupos.

Sin embargo, quienes acapararon la atención fueron las entidades que son sedes de partidos del Mundial de Fútbol: CDMX, Nuevo León y Jalisco, quienes promovieron el uso de playeras de la selección nacional y el uso de vistosas bufandas.

## **Máxima exposición en la mayor vitrina turística**

### **DATOS DUROS**

- El tráfico de los asistentes a Fitur 2026, fue de 140,000 personas.
- En la edición 46 de la Feria Internacional de Turismo (Fitur) México gritó que es un país que está de moda.
- México fue el país socio en un año mundialista y buscar ser el quinto país más visitado del mundo en el 2030.
- Participaron los 32 estados del país en un espacio de 1,800 m2 de exposición no pasó desapercibida para los hasta 140,000 visitantes que pasaron por ahí.
- De acuerdo con el Inegi: entre enero y noviembre las divisas turísticas alcanzaron la cifra récord de 31,219.7 millones de dólares y 42.5 millones de turistas internacionales llegaron, con lo que se logró un alza del 5.8 por ciento.
- La llegada de turistas aéreos (que representa el 80% de los ingresos) no tiene el mismo comportamiento.



- En 2025, no se abrieron tantos asientos y bajamos el 2%, pero hay países con caídas mayores.
- 505 millones de euros fue el impacto económico que alcanzó la Feria Internacional de Turismo 2026 (Fitur) en la que participaron unas 10,000 empresas de 161 países y se crearon 3,753 puestos de trabajo.
- 255,000 visitantes se registraron en sus cinco jornadas. Durante los primeros tres días dedicados a la participación de profesionales, se consolidó un incremento del 12% de la visita internacional.
- 90,000 citas de negocios se registraron en el pabellón de México en la que participaron touroperadores, hoteleros, organizadores de convenciones, aerolíneas, gobernadores, presidentes municipales o secretarios de Turismo.
- 20,000 visitas diarias reportaron la Secretaría de Turismo de las diversas activaciones de marketing y promoción que realizaron los estados fuera del recinto ferial de Fitur.
- 1,500 expositores mexicanos se dieron cita en Fitur. Una cifra récord con la participación de los 32 estados.
- 1,800 m2 de superficie ocupó el pabellón de México en Fitur, cifra sin precedentes.
- 31.2 millones de dólares recibió México de divisas turísticas a noviembre del 2025, un monto récord.

### **FUENTE**

<https://www.eleconomista.com.mx/empresas/sectur-ve-cierre-exitoso-participacion-mexico-fitur-20260126-796973.html>



## **Canaco hará promoción de Tampico para atraer el turismo por el Mundial 2026.**

Publicado el 29 enero 2026.

Por: Víctor Hugo Durán / Tampico

Organismo comercial ofrecerá los atractivos naturales en las ciudades sede y aprovecharse del evento deportivo más importante del año.

La celebración de la Copa Mundial de la FIFA en México está en el radar de los empresarios del sector comercial de Tampico para atraer visitantes y aumentar sus ventas. Se organizarán para promocionar el destino de la zona sur de Tamaulipas al mercado internacional que arribará a Monterrey como también a Ciudad de México, dos de las sedes elegidas para la competencia.

La Cámara Nacional de Comercio (Canaco) alista la estrategia en el marco de torneo deportivo que arrancará en junio, aunado a la revisiones y capacitaciones en dicha coyuntura que realiza la Comisión Estatal para la Protección de Riesgos Sanitarios (Coepris). Esto se estableció tras la reunión que se efectuó en la sede oficial de la agrupación este jueves.

El presidente del organismo privado, Eduardo Manzur Manzur, dijo que se buscará a las autoridades y lanzar el plan, al aprovechar como principal atractivo espacios naturales como la laguna del Carpintero y Plata Miramar, siendo la zona más cercana a la capital de Nuevo León, qué tiene programado cuatro partidos.

“Son varios días de estancia de los aficionados. Monterrey es una ciudad cara y tiene atractivos limitados, mucha gente busca playa o la convivencia con la naturaleza y Miramar es el sitio más cercano a la sede. Con una buena promoción podemos captar un gran dinamismo económico y coincide con las fechas de mayor movimiento turístico, como es el verano”, declaró.

Además de máximo paseo regional, el titular de la Cámara Nacional de Comercio en el puerto recalcó que la virgen monumental de El Chorrito en Hidalgo, los cenotes en Aldama y otras atracciones de la naturaleza deben considerarse.

Por su parte, el titular de la dependencia estatal, Nicolás Berumen, mencionó que se ha capacitado a más de 20 mil trabajadores involucrados en hoteles y restaurantes, siendo parte de las acciones enfocadas por la Secretaría de Salud por la presencia de turistas europeos y asiáticos.

“Una de las herramientas que presentamos a la Canaco en la coyuntura del Mundial y dirigido a la capacitación es el Chat Bot. Ahí pueden obtener la información y el acceso a las certificaciones, pero de nuestra parte hacemos lo propio como una instrucción de Salud estatal de procurar que restaurantes, hoteles y prestadores de servicios en la zona sur, cumplan con las medidas por los extranjeros”, puntualizó el representante de la Coepris.



### **DATOS DUROS**

- El titular de la dependencia estatal, Nicolás Berumen, mencionó que se ha capacitado a más de 20 mil trabajadores involucrados en hoteles y restaurantes, siendo parte de las acciones enfocadas por la Secretaría de Salud por la presencia de turistas europeos y asiáticos.

### **FUENTE**

<https://www.milenio.com/negocios/canaco-hara-promocion-tampico-atraer-turismo-mundial-2026>