



Concanaco pide incentivos fiscales y financiamiento para empleo de los jóvenes en el PEF 2027.

Publicado: el 19 de agosto 2026.

Por: Lilia González

Para convertir talento en empleo formal, la Confederación de Cámaras Nacionales de Comercio, Servicios y Turismo (Concanaco Servytur) solicitó al legislativo que con miras a la definición del paquete presupuestal 2027 se incluyan incentivos fiscales y financiamiento para impulsar el emprendimiento de los jóvenes.

Para convertir talento en empleo formal, la Confederación de Cámaras Nacionales de Comercio, Servicios y Turismo (Concanaco Servytur) solicitó al legislativo que con miras a la definición del paquete presupuestal 2027 se incluyan incentivos fiscales y financiamiento para impulsar el emprendimiento de los jóvenes.

De visita a la Cámara de Diputados (previo al arranque del periodo legislativo), el presidente de la Concanaco Servytur, Octavio de la Torre, señaló que el panorama laboral para los 37.7 millones de jóvenes de entre 12 y 29 años en el país presenta desafíos estructurales significativos en materia de informalidad y ocupación.

Estas cifras reflejan que la informalidad juvenil no deriva de una falta de voluntad para cumplir la ley sino de la complejidad del sistema y falta de incentivos para emprender, afirmó el líder empresarial.

“La intención es que los programas que se presenten no estén aislados, que se logre configurar en la discusión una ruta completa para que el joven sea empresario, primero para que descubra su oportunidad. Porque primero hay que descubrir qué oportunidad tenemos. Pero después para formarse, para entender el modelo de negocio, las finanzas, el marketing y luego lo más importante, emprender, dar el primer paso y abrir el negocio”, dijo.

Durante este proceso, es necesario acompañarlo a través de Concanaco con el apoyo del Gobierno Federal, Estatal y Municipal y por supuesto lograr digitalizarse para que los retos se puedan escalar, para que puedan encontrar financiamiento para que puedan encontrar cadenas de proveeduría y para que puedan ser mucho más productivos.

En el marco de la presentación de la agenda “Juventud Empresarial: motor de la próxima generación de empleo” de la Concanaco, la diputada Gabriela Jiménez se comprometió a presentar una propuesta. “Derivado de las conclusiones de las mesas se presentaran las ideas y se esta en el periodo legislativo de la ley de ingresos, es momento oportuno para poner temas. México requiere revisión de



reforma fiscal y se tiene que hacer con un gran análisis. La presidenta (Claudia Sheinbaum) no busca aumentar impuestos, pero si ver o como generar mas empleos formales”, dijo la legisladora.

El presidente de la Concanaco mencionó que están en espera de que la Jefa del Ejecutivo, en breve anuncie estrategias enfocadas a un régimen fiscal novedoso, alcanzable, con una Seguridad Social que también se ha alcanzable con el acceso a la era digital, pagos a través de terminales punto de venta y pagos con pocas comisiones y con aspectos de promoción.

“Esos cuatro ejes adicionales son parte de lo que estamos esperando que se anuncien por parte de la doctora Claudia Sheinbaum, que ya están trabajados, que nada más esperamos el anuncio para que arranque. Pero a esos ejes se les van a agregar las propuestas que salgan de aquí (del legislativo) con la intención de que se pueda tener un mejor financiamiento para que los jóvenes puedan emprender”, estableció de la Torre.

FUENTE

<https://www.eleconomista.com.mx/empresas/concanaco-pide-incentivos-fiscales-financiamiento-empleo-jovenes-pef-20260819-829073.html>

Puebla y Tabasco acuerdan impulsar turismo.

Publicado: el 19 de agosto 2026.

Por: Redacción El Economista

La estrategia busca incrementar el flujo de pasajeros, el consumo en restaurantes y la ocupación hotelera.

Las secretarías de Desarrollo Turístico de Puebla y Tabasco acordaron trabajar de manera conjunta para fortalecer la promoción y comercialización de sus destinos, aprovechando la conectividad aérea directa entre el Aeropuerto Internacional de Puebla y Villahermosa, operada por Volaris.

De acuerdo con información estatal, la estrategia busca incrementar el flujo de pasajeros, el consumo en restaurantes y la ocupación hotelera, con el objetivo de contribuir al crecimiento de la actividad económica.

El subsecretario de Promoción Turística de Puebla, José Miguel Vélez R. Moreno, destacó los atractivos de la entidad y agradeció la participación de Volaris y del sector turístico. En tanto, la subsecretaria de Turismo de Tabasco, Norma Araceli Aranguren Rosique, anunció que en noviembre Puebla será el estado invitado especial en la edición 15 del Festival del Chocolate.

El director de Desarrollo de Mercados, Distribución y Carga de Volaris, Jorge García, subrayó los esfuerzos de ambas entidades para fortalecer la infraestructura y la conectividad. Agregó que, mediante esta ruta aérea, la empresa busca facilitar el intercambio cultural y de visitantes.

Las acciones contarán con el respaldo de Volaris, así como de asociaciones, cámaras y organismos empresariales de ambos estados, incluidos el Consejo Coordinador Empresarial (CCE), la Cámara Nacional de Comercio (Canaco), la Cámara Nacional de la Industria de Restaurantes y Alimentos Condimentados (Canirac), la Asociación de Hoteles y Moteles de Puebla, entre otros.

FUENTE

<https://www.eleconomista.com.mx/estados/puebla-tabasco-acuerdan-impulsar-turismo-20260819-828937.html>

American Airlines anuncia una transformación radical en toda su flota de aviones.

Publicado: el 19 de agosto 2026.

Por: Redacción / Inversión Turística

American Airlines anunció una transformación radical en toda su flota de aviones de fuselaje angosto: la instalación de pantallas de entretenimiento de última generación en el respaldo de cada asiento y una ampliación significativa de sus opciones de asientos más exclusivas y espaciosas.

Ya sea para ponerse al día con las últimas superproducciones cinematográficas o para relajarse con más espacio para las piernas, American está mejorando todos los aspectos del viaje para los viajeros internacionales.

“Estamos realizando una de las inversiones más importantes de nuestra historia en la experiencia a bordo”, ha declarado Heather Garboden, directora general de atención al cliente de American. “Desde el sistema de entretenimiento de última generación en el respaldo de cada asiento hasta un número considerablemente mayor de opciones de asientos premium, estas mejoras ofrecerán a nuestros clientes más formas de relajarse, mantenerse conectados y disfrutar de su viaje”

Más asientos de clase superior en toda la flota de aviones de fuselaje angosto

American está mejorando aún más la experiencia a bordo al aumentar considerablemente el número de asientos premium y de Main Cabin Extra en toda su flota de aviones de fuselaje angosto, mediante la adaptación de las aeronaves existentes y la recepción de nuevas entregas de aviones con configuraciones premium. En la actualidad, los asientos premium representan aproximadamente el 25% de los asientos en los vuelos de salida con aviones de fuselaje angosto y, en los próximos años, esa cifra aumentará hasta alcanzar aproximadamente el 40%.

Como resultado, los clientes de American disfrutarán de:

- Más asientos en primera clase: más oportunidades para estirarse, cenar y relajarse. American está remodelando actualmente sus flotas de Airbus A319 y A320 para añadir una fila adicional de primera clase. Las próximas entregas de la aerolínea de aviones Boeing 737 MAX 10 contarán con 24 asientos de primera clase y la flota de A321neo también se reconfigurará para incluir asientos adicionales de primera clase.
- Más “Main Cabin Extra”: se está adaptando la mayor parte de la flota de fuselaje estrecho para ampliar el número de asientos MCE, lo que ofrece aún más espacio para las piernas, embarque prioritario, espacio dedicado en los compartimentos superiores y una bebida gratuita.
- Interiores renovados: más espacio de almacenamiento, asientos rediseñados y una iluminación mejorada permitirán a los clientes volar con comodidad y estilo.



Presentamos la nueva generación de sistemas de entretenimiento en los respaldos de los asientos

Para que el tiempo pase volando y complementar el diseño de sus cabinas de alta gama, American equipará su flota de aviones de fuselaje angosto con pantallas integradas en el respaldo de cada asiento de última generación en todos los nuevos aviones de Airbus y Boeing que se entreguen a partir de 2028, así como en los aviones reacondicionados. Estas nuevas instalaciones se sumarán a los más de 140 aviones de largo recorrido que ya cuentan con pantallas integradas en el respaldo de los asientos.

La plataforma de última generación ofrece una calidad de imagen impresionante, una conectividad fluida y permitirá ofrecer nuevos contenidos personalizados para una experiencia de cliente de primera clase. Entre sus características se incluyen:

- Tamaños de pantalla líderes en el sector: se encuentran entre las pantallas más grandes que se ofrecen en aviones de fuselaje estrecho en Norteamérica, con pantallas premium de gran formato.
- Tecnología 4K: colores, contraste y nitidez excepcionales para una experiencia visual envolvente en el aire.
- Ampliación de contenidos y colaboraciones: acceso a una amplia selección de películas, programas de televisión, música, juegos y contenidos, con la oportunidad de introducir nuevas experiencias y colaboraciones.
- Experiencia de entretenimiento personalizada: recomendaciones de películas y programas a medida, así como mapas de vuelo interactivos y mejorados con información sobre el destino y datos del vuelo en tiempo real.
- Puertos USB-C de carga rápida: cómoda alimentación eléctrica en cada asiento para mantener los dispositivos cargados durante todo el viaje.
- Conectividad de audio por Bluetooth: emparejamiento fluido con los auriculares y cascos inalámbricos personales de los clientes en cada asiento.

American implantará las nuevas pantallas lo antes posible, y se espera que la instalación en toda la flota esté completada a principios de la próxima década. Gracias a la conectividad Starlink de alta velocidad y a la oferta premium a bordo de American, la experiencia de última generación en los respaldos de los asientos creará una experiencia de viaje más personalizada y conectada.

Un compromiso más amplio para mejorar la experiencia del cliente

La integración de pantallas en los respaldos de los asientos y la incorporación de asientos premium representan los últimos hitos en las continuas inversiones de American para modernizar la experiencia de viaje de principio a fin, tanto en tierra como en el aire, diseñadas pensando en todos los clientes, desde los viajeros de negocios habituales hasta quienes vuelan una vez al año.

Entre las mejoras recientes y futuras centradas en el cliente se incluyen:



- Inversiones sin precedentes en salas VIP de lujo: una oferta gastronómica de mayor calidad inspirada en la cocina regional y elaborada por chefs galardonados; la mayor inversión de la historia de American en la creación y ampliación de las salas VIP Flagship® y Admirals Club®; y la expansión del popular concepto “Provisions by Admirals ClubSM” de comida para llevar, lanzado en el Aeropuerto Internacional de Charlotte Douglas (CLT) y en el Aeropuerto Internacional John F. Kennedy (JFK).
- Conectividad de alta velocidad: instalación de Starlink —el wifi más rápido del cielo— en aviones de fuselaje estrecho a partir de 2027.
- Oferta gastronómica y de bebidas de primera calidad: menús a bordo cuidadosamente seleccionados que incluyen marcas de lujo de talla mundial, como el champán Bollinger y el café Lavazza.
- Tecnología móvil sin complicaciones: amplias mejoras digitales que agilizan el proceso de viaje, desde la reserva inicial y el seguimiento del equipaje hasta la llegada.

FUENTE

<https://inversion-turistica.com/2026/08/19/american-airlines-anuncia-una-transformacion-radical-en-toda-su-flota-de-aviones/>



Opinión por Vicente Gutiérrez Camposeco / Dejar encono para construir y fortalecer a México.

Publicado: el 18 de agosto 2026.

Por: Vicente Gutiérrez Camposeco

Estoy seguro de que 126 millones de mexicanos, en su momento, ratificaremos nuestra decisión de vivir en un país democrático, soberano y competitivo, un anhelo pues que nos ha costado mucho y donde todos los sectores productivos del país han puesto un granito de arena para consolidar a nuestra nación como una potencia cultural, gastronómica y de servicios a la altura de las mejores del mundo.

Por ello, en esta entrega deseo compartir con ustedes mi punto de vista respecto a los últimos acontecimientos dentro de nuestro querido México que, solo fomentan el encono nacional. De nada sirve el discurso de encono, el discurso de confrontación, el discurso que lleva a la discordia, lo que sirve es construir, que todos participemos, que veamos por nuestros hijos, por los trabajadores y sus familias. Esa es la tarea de todos, dar prioridad a México.

Nuestro país, como cualquiera en el mundo, pertenece a quienes vivimos en él. Quienes los presiden, lo deberían hacer para todos y apostar a la unidad bajo su liderazgo políticamente democrático. Ya lo hemos dicho, las promesas políticas deben de dejar temas de campaña y cumplirse cuando se hacen, pero, muchas o demasiadas veces no es así.

Lo que nos está pasando en la vida gregaria de nuestra nación, es muy complicado y deberíamos tener mucho cuidado pues las polarizaciones aumentan y lo que habría que ver es, a quién le está sirviendo tanto encono y odio entre nosotros porque, a quienes vivimos y trabajamos en este nuestro México, no nos sirve de nada. No podemos caer en el interés menor de sacarle raja política a las desgracias; por el contrario, es momento de la medida, de aportar al trabajo, innovar, de generar propuestas e ideas, por el bien de México y los mexicanos.

Reitero que, de nada sirve al estado y al país animar el encono, aplaudir los problemas del adversario político y apostarle al enrarecimiento del panorama social. Los sectores productivos del país y millones de familias de bien queremos una mejor sociedad, un mejor gobierno, un lugar seguro con posibilidades y certeza jurídica para invertir.

México necesita familias sanas y fuertes, con valores, con vínculos sólidos y estables que permitan la realización plena de cada uno de sus integrantes, de tal modo que, su decisión de aportar toda su capacidad y pasión a la construcción de un mejor país, más próspero, con más y mejores iniciativas que promuevan el desarrollo y el bienestar social.

Hagamos conciencia, los mexicanos necesitamos de manera urgente responsabilizarnos con conocimiento, empatía y profundo amor por



México, más allá de egos y proyectos personales, para fortalecer a nuestra tierra y movernos a un futuro más digno y, el cual estoy cierto, todos queremos heredarle a las próximas generaciones, creo fervientemente que no se necesita un cargo para defender a la Patria, no hay espacio pequeño para hacer el bien.

Hoy todos debemos entender que no se trata de partidos, se trata de las personas y sus causas, la prioridad es México, su rescate y construcción, todos somos parte de un proyecto de nación y cuando sientan dudas, vean a sus hijos, a su familia, a lo que más quieren y ahí están las respuestas, es por ellos y para ellos.

FUENTE

<https://oem.com.mx/la-prensa/analisis/opinion-por-vicente-gutierrez-camposeco-dejar-encono-para-construir-y-fortalecer-a-31624115>

Hotelería en México registra un atraso tecnológico de 10 años.

Publicado: el 18 de agosto 2026.

Por: Nadia Hernández / Inversión Turística

La industria hotelera en México enfrenta un rezago tecnológico de aproximadamente una década, una situación que limita la competitividad incluso de los grupos más relevantes del país, advirtió Alejandra Pueblita, Country Manager de Shiji México.

En entrevista con Inversión Turística, indicó que la dependencia de herramientas tradicionales como Excel, por ejemplo, para la revisión de resultados por parte de los directivos (C-Level) es el indicador más claro de que el sector mantiene su tecnología atrapada y desconectada de las demandas actuales de los consumidores.

“Si todavía nuestros directivos dependen de Excel para revisar los resultados, es que tenemos tecnología atrapada”, declaró la especialista quien agregó que la prioridad para los complejos de hospedaje debe ser la transición hacia sistemas interconectados que centralicen la operación, los módulos de pago y el análisis de datos, permitiendo que la eficiencia interna se traduzca de forma directa en una mejor experiencia para el usuario final.

Para solucionar este rezago, la compañía impulsa herramientas de Inteligencia de Negocios (BI) como Twilight, una plataforma que sustituye las hojas de cálculo por tableros de control (dashboards) con información en tiempo real. Con este sistema, los directivos visualizan los indicadores clave de inmediato, lo que les permite «tomar decisiones mucho más eficientes, mucho más rápidas», precisó Alejandra Pueblita.

La directiva de Shiji México también refirió el impacto de la tecnología en la experiencia del huésped, y ejemplificó con la fidelización mediante datos como herramienta que permite al cliente recibir los beneficios de la tecnología a través de un servicio personalizado en el back office, permitiendo al hotel anticipar fechas importantes o recordar preferencias de consumo sin que el usuario deba solicitarlas, por ejemplo un cumpleaños, dijo.

Y que se traduce en acciones de valor agregado. “El uso correcto de los sistemas estadísticos faculta a los establecimientos para recibir a los huéspedes frecuentes con atenciones específicas, como su bebida favorita en el bar o amenidades de cortesía por cumpleaños”.

De esta forma de pueden tomar decisiones comerciales ágiles, expuso. La interconexión de plataformas digitales permite «una toma de decisión mucho más ágil y puedan accionar estrategias de manera más eficiente», concluyó la representante de Shiji.

La industria hotelera en México representa más del 8% del PIB nacional y continúa en expansión, con la apertura de más de 200 hoteles proyectada en los



próximos tres años, según datos del proveedor global líder de soluciones tecnológicas para la hospitalidad.

En los últimos 25 años, Shiji ha evolucionado de ser una empresa de servicios de TI a convertirse en un referente global en tecnología, ofreciendo soluciones en gestión hotelera, puntos de venta, gestión de reputación, distribución, pagos y experiencia del huésped.

Su expansión, que incluyó varias adquisiciones estratégicas, reunió soluciones de primer nivel bajo el paraguas de Shiji. Sin embargo, este rápido crecimiento también generó complejidad en su estructura de marca y productos.

FUENTE

<https://inversion-turistica.com/2026/08/18/hoteleria-en-mexico-registra-un-atraso-tecnologico-de-10-anos/>

Zacatecas aprovecha vocación minera para impulsar turismo de negocios.

Publicado: el 18 de agosto 2026.

Por: Patricia Romo

El secretario de Turismo de esa entidad visitó Guadalajara para anunciar la próxima Feria Nacional de Zacatecas FENAZA 2026.

Guadalajara, Jal. Con más de tres millones de visitantes al año, Zacatecas busca aumentar el impacto económico del turismo mediante una oferta que va más allá de sus atractivos culturales y patrimoniales, con un crecimiento en segmentos como el turismo de negocios, religioso y de bodas, afirmó el secretario de Turismo estatal, Le Roy Barragán.

Además de que la capital zacatecana es reconocida por su arquitectura colonial y su Centro Histórico, también se suman actividades relacionadas con la minería, una de las vocaciones económicas históricas de la entidad, que se ha convertido también en un atractivo para visitantes interesados en conocer minas que permanecen activas.

"Hace 480 años se funda Zacatecas por el descubrimiento de estas grandes minas de plata y de ahí viene este legado arquitectónico y hoy por hoy Zacatecas sigue siendo uno de los productores de oro y plata más importantes del mundo", expresó el titular de Turismo estatal.

Indicó que el segmento de negocios representa 30% del total de turistas que visitan la entidad, ya que además de las actividades relacionadas con la minería, Zacatecas ha buscado posicionarse como sede de congresos, convenciones y encuentros especializados, aprovechando su infraestructura y su ubicación en el centro-norte del país.

En junio pasado, por ejemplo, fue sede de la Reunión Internacional de Minería 2026, que reunió a empresarios, especialistas, inversionistas y funcionarios de gobierno.

Por su parte, el segmento de romance también ha ganado terreno ya que la entidad aprovecha escenarios tanto en la capital del estado como en los Pueblos Mágicos para atraer celebraciones y generar actividad para hoteles, restaurantes, operadores turísticos y otros prestadores de servicios turísticos.

La oferta se complementa con siete Pueblos Mágicos, además de atractivos como la mina El Edén, el teleférico, el Cerro de La Bufa, la zona arqueológica de La Quemada y el mayor número de museos per cápita del país.



De acuerdo con Barragán Ocampo, nuevas actividades productivas están ampliando el abanico de experiencias. Los sectores vitivinícola y mezcalero han cobrado relevancia y ya forman parte de la oferta turística mediante catas, recorridos y experiencias gastronómicas.

De acuerdo con el funcionario, los principales mercados nacionales para Zacatecas son Jalisco, entidades de El Bajío, Ciudad de México, Veracruz, Hidalgo, Coahuila y Tijuana.

Conectividad aérea

Le Roy Barragán destacó que la puesta en operación en junio pasado del vuelo directo entre Guadalajara y Zacatecas, con tres frecuencias semanales, ha permitido aumentar la conectividad de esa entidad con otros destinos tanto nacionales como internacionales.

"Desde el primer día estuvo lleno el vuelo, y hasta el último vuelo que fue el sábado pasado, también salió lleno. Todos los días ha estado volando con una ocupación altísima ese vuelo... Muchas gente utiliza esa conectividad para, de aquí de Guadalajara, poder salir a cualquier otro destino ya sea de playa, a Ciudad de México o a más de 29 destinos en Estados Unidos, solo de esa aerolínea", puntualizó.

FENAZA 2026

El director de Turismo acudió a Guadalajara para anunciar la Feria Nacional de Zacatecas (FENAZA) 2026, que se realizará del 4 al 20 de septiembre, con actividades en espacios como el Multiforo de la FENAZA y el Monumental Lienzo Charro Antonio Aguilar.

Para el estado, la feria representa otro instrumento de atracción de visitantes y de generación de actividad para hoteles, restaurantes, comercio y servicios, dentro de una estrategia que busca diversificar los motivos de viaje y prolongar la estancia de quienes llegan a Zacatecas.

FUENTE

<https://www.eleconomista.com.mx/estados/zacatecas-aprovecha-vocacion-minera-impulsar-turismo-negocios-20260818-828952.html>

Mexicana apuesta por Guanajuato con vuelo desde el AIFA.

Publicado: el 18 de agosto 2026.

Por: Esmeralda Lázaro

La Ciudad de México es el principal mercado emisor de visitantes para Guanajuato.

Mexicana de Aviación continúa con su plan de expansión al incorporar una nueva ruta que conecta el Aeropuerto Internacional Felipe Ángeles (AIFA) con el Aeropuerto Internacional del Bajío, en Guanajuato, la cual comenzó a operar a principios de mes, y este martes fue presentada ante agencias de viajes, tour operadores y mayoristas en la Ciudad de México de la mano de la Secretaría de Turismo e Identidad (Secturi) del estado.

“Nuestra meta es captar la mayor cantidad de pasajeros en cualquier segmento”, dijo Luis Mendieta, subdirector de ventas y comercialización de la aerolínea, en entrevista, “nuestros itinerarios están diseñados para captar turistas, vacaciones, empresarios, residentes, la idea es acercar Mexicana a más mexicanos”.

La ruta opera seis días a la semana, con salida desde el AIFA a las 6:20 horas de lunes a viernes, y los domingos en un horario vespertino, “el Tren Suburbano ya está en operación, es una opción más accesible para los pasajeros que quieren conectar a la Ciudad de México con el AIFA”, el trayecto en tren toma una hora con 15 minutos, detalló.

“De momento estamos enfocados en subir más pasajeros, esperamos que en estos próximos días o semanas empecemos a incrementar nuestros factores de ocupación”, la meta es de 60% y 70% para llegar al punto de equilibrio en la ruta.

Las rutas recién incorporadas a Chihuahua, Hermosillo y Tuxtla han mostrado “muy buenos factores de ocupación, lo que habla de la aceptación de Mexicana en el interior de la república”. Actualmente tienen 19 rutas en operación y cerrará el año con 12 aeronaves, entre las cuales ya se tiene un Embraer 190 y Embraer 195 en los que se eliminó el asiento de en medio.

Principal mercado emisor

Con una derrama económica superior a los 3,180 millones de dólares y más de 23.8 millones de visitantes anuales, el turismo es la tercera actividad económica de Guanajuato, que aporta 8.1% al Producto Interno Bruto (PIB) estatal, sólo detrás de la industria automotriz y la agroalimentaria.

El 13% de los viajeros que recibe la entidad lo hacen por motivos de negocios, la mayoría provenientes de la Ciudad de México, principal mercado emisor nacional para la entidad, para fortalecer esta relación, la Secturi presentó en la capital la estrategia Destino, que consiste en la promoción de su



infraestructura para atraer turismo de congresos, convenciones, incentivos, exposiciones, y reuniones.

Por otro lado, Experiencia Guanajuato, Edición Inédita, resalta la gastronomía, producción de vinos y destilados. La comitiva de 46 personas, integrada por hoteleros, directores de turismo, consejos turísticos y prestadores de servicios, sostuvo mesas de trabajo con agencias de viajes, tour operadores y mayoristas.

Guanajuato tiene 47 conexiones redondas semanales con la Ciudad de México, además de una conexión terrestre que permite realizar el trayecto en aproximadamente entre tres horas y media y cinco horas.

El calendario de eventos para la segunda mitad del año incluye al Festival Internacional Cervantino (FIC), que se celebrará del 3 al 18 de octubre; y las celebraciones por el Día de Muertos, y el Festival Internacional del Globo (FIG), programado para noviembre.

FUENTE

<https://www.eleconomista.com.mx/estados/mexicana-apuesta-guanajuato-vuelo-aifa-20260818-828919.html>

Página apócrifa roba los pagos para pasaportes.

Publicado: el 18 de agosto 2026.

Por: Rafael Ramírez / El Sol de México

Los defraudadores cambian las direcciones web de sus sitios para ocultarse, aunque dejan algunas pistas en el sistema bancario.

En la primera semana de agosto, Manuel buscaba en internet información para renovar el pasaporte de su bebé, cuando se encontró con una página con el color guinda del movimiento oficialista, el sello del gobierno de México, los reglamentos de siempre y las referencias bancarias acostumbradas. Nada fuera de lo normal para continuar con el trámite en el canal de la Secretaría de Relaciones Exteriores.

La página lo condujo entonces a otra parte; escribió algunos datos personales (nombre y CURP), luego eligió la fecha, el horario y el lugar de su cita para entregar los documentos. Todo seguía con la inercia burocrática habitual, hasta que un recuadro emergió con el siguiente mensaje:

“Actualmente estamos experimentando algunos inconvenientes técnicos con el sistema de pagos. Sin embargo, no te preocupes, puedes realizar tu pago mediante transferencia directa utilizando los datos bancarios oficiales. Si prefieres este método, por favor, haz clic en el botón para ser redirigido a la página correspondiente. Gracias por tu comprensión”.

Manuel hizo lo que le pedían y pagó dos mil pesos.

Y solo en ese momento, fue cuando pudo darse cuenta que había sido víctima de un fraude: el sistema le informó de un problema con la operación, por lo que pedían una segunda transferencia con el mismo monto, bajo la promesa de devolver su primer desembolso en menos de 24 horas.

Ahí ya se me prendió la alarma. Dije: esto no es normal. Entonces ya no quise hacer un segundo depósito

El Sol de México solicitó a la Cancillería una entrevista con algún funcionario para conocer las acciones adoptadas contra los sitios apócrifos que utilizan su imagen para defraudar a quienes buscan tramitar un pasaporte. La dependencia respondió solo mediante una ficha informativa.

La SRE señaló que ha alertado a la ciudadanía sobre páginas fraudulentas que simulan el portal oficial de citas para la obtención del pasaporte y recomendó verificar que las direcciones electrónicas utilizadas para realizar trámites oficiales cuenten con el dominio gob.mx, sin alteraciones.

La Secretaría de Relaciones Exteriores también subrayó que las personas no deben efectuar pagos mediante transferencias a terceros ni en tiendas de conveniencia. Los derechos del pasaporte, precisó, deben cubrirse



exclusivamente en instituciones bancarias autorizadas, mientras que la gestión de la cita es directa y gratuita.

Así, también, indicó que, por medio de su Dirección General de Tecnologías de la Información y Digitalización, ha solicitado la intervención de la Secretaría de Seguridad y Protección Ciudadana y de la Policía Cibernética para investigar los sitios identificados como fraudulentos.

Aunque no precisó cuántos de estos sitios se han desactivado.

La página que timó a Manuel seguía operando sin contratiempo alguno, al menos, hasta la noche del 17 de agosto: este reportero simuló ser un usuario que pretendía renovar el pasaporte hasta llegar al punto donde los timadores especificaron que, el dinero, debía enviarse a una cuenta en CREDICLUB.

CREDICLUB, fue aceptada como una Sociedad Financiera Popular (SOPFIPO) bajo la premisa de que brindara soluciones de capital para microempresas de ahorro e inversión. En general, han operado a través de cuentas individuales y grupales en las cuales, generalmente, no exigen depósitos en garantía ni otro tipo de cobros por apertura.

La CLABE interbancaria señalada en la página apócrifa 688580000004839753 no incluye algún nombre, sin embargo, de su propia numeración pueden revelarse, al menos, un par de datos: los primeros tres dígitos; 688 indican que, efectivamente, se trata de una cuenta abierta en CREDICLUB y, los siguientes tres; 580, corresponden a la plaza de Monterrey y su zona conurbada.

La numeración

El coordinador parlamentario del PRI en la Cámara de Diputados, Rubén Moreira Valdez, realizó la semana pasada un exhorto a la Secretaría de Relaciones Exteriores (SRE) para que tomen cartas en el asunto. El diputado por Coahuila aseguró que ha recibido numerosas quejas de ciudadanos afectados por estos portales y advirtió que el problema se ha generalizado debido a que, cuando una página es retirada, los defraudadores pueden abrir otra bajo una dirección diferente.

Está muy generalizado porque he recibido muchas quejas y, de hecho, yo he puesto ya en mis redes sociales un aviso precautorio *Rubén Moreira*

Moreira explicó que algunos de los sitios alcanzan tal grado de sofisticación que no solo reproducen la apariencia de las páginas gubernamentales, sino que conducen a los usuarios hacia cuentas bancarias e incluso les proporcionan formatos que aparentan ser oficiales para realizar los depósitos.

“Son tan originales algunas de estas páginas —originales entre comillas— que hay algunas que hemos detectado que te remiten a cuentas bancarias y hasta proporcionan el formato, entre comillas, oficial para hacer el depósito”, señaló.

Eso fue prácticamente lo que le ocurrió a Manuel.



El afectado explicó que inicialmente ni siquiera buscaba realizar el pago de un pasaporte. Tenía dudas sobre los documentos necesarios para renovar el de su hijo, por lo que escribió en Google términos relacionados con “renovación”, “pasaporte” y “bebé”.

Entre los primeros resultados apareció un enlace que parecía conducir a información oficial.

Me abrió una página normal de Cancillería, como si fuese de Gobierno, con logotipos, el logo de Cancillería. Me aparecía arriba que era una página segura *Manuel*

Manuel se comunicó con la Policía Cibernética, donde, según su relato, le indicaron que debía acudir al Ministerio Público a presentar una denuncia y enviar por correo electrónico el enlace fraudulento para que pudiera ser revisado.

También llamó a su banco para intentar recuperar el dinero, pero la institución financiera le respondió que la operación había sido realizada con sus propias claves y no podía revertirla.

Las páginas “mutan”

El diputado Moreira advirtió que una de las dificultades para combatir este tipo de fraude es que los portales pueden desaparecer y reaparecer rápidamente con otras direcciones electrónicas.

Hay mutaciones, es decir, hay varias páginas que funcionan al respecto. Se bajan unas y se vuelven a abrir otras *Rubén Moreira*

De acuerdo con información de senadores del Partido Verde Ecologista de México (PVEM), más de mil 300 sitios que usurpaban identidades institucionales han sido desactivados. Aunque a pesar de ello, esta práctica persiste y se multiplica en medida que se incrementan los trámites digitales.

Por esto, el Grupo Parlamentario del PVEM presentó hace unos días un punto de acuerdo ante la Comisión Permanente, para exigir al Gobierno acciones coordinadas para frenar este tipo de fraudes.

Manuel asegura haber observado el mismo fenómeno después de ser defraudado.

El link donde yo me metí tal vez ya no existe, pero si tú sigues poniendo citas, pasaporte, es muy probable que pueda salir otra. Uno entra pensando que está ante en una página segura de Gobierno

Manuel

El coordinador priista consideró que no basta con retirar las páginas apócrifas y planteó reforzar los patrullajes cibernéticos, así como emprender una campaña permanente para explicar a la población cómo identificar los canales oficiales.



“Yo creo que es muy importante que la Secretaría de Relaciones Exteriores tenga una publicidad masiva en medios abiertos, en prensa y radio, y que en esa publicidad se señale que se entra a esa página solamente desde la página oficial”, indicó.

Moreira destacó que los buscadores representan uno de los puntos de entrada a estos fraudes, debido a que las víctimas pueden encontrar directamente términos relacionados con el pasaporte y terminar en un sitio que aparenta pertenecer al Gobierno.

En el caso de Manuel, precisamente una búsqueda sobre los requisitos para renovar el pasaporte de su bebé terminó conduciéndolo al sitio apócrifo.

Alerta sobre la estafa conocida como “El Artista Enamorado”

Por otra parte, pero en el mismo riesgo de las estafas a través de internet, la Secretaría de Seguridad Ciudadana (SSC) en la Ciudad de México alertó sobre un nuevo tipo de fraude, el cual consiste en que los ciberdelincuentes crean perfiles falsos utilizando la identidad de celebridades para solicitar dinero a sus seguidores, destacando un pretexto ante alguna emergencia.

En estos perfiles, en los que también se incluyen a deportistas o influencers, buscan crear vínculos de confianza con los usuarios de redes sociales para, posteriormente, obtener beneficios económicos.

El fraude generalmente comienza cuando la persona recibe un mensaje privado en redes sociales o aplicaciones de mensajería proveniente de una supuesta celebridad. Los delincuentes hacen sentir a su víctima como una persona especial para el supuesto artista. A partir de ese momento, envían mensajes hasta generar sólidos vínculos emocionales.

Con el paso del tiempo, los estafadores manifiestan un supuesto interés sentimental hacia la víctima, expresan afecto constante e incluso prometen encuentros personales o una futura relación. Una vez consolidada la manipulación emocional, comienzan las solicitudes de dinero bajo diversos pretextos, como problemas legales, gastos médicos, boletos de viaje, envío de regalos, pagos de aduanas o membresías exclusivas para continuar la comunicación.

Claves para no caer en fraudes

La misma Secretaría de Seguridad Ciudadana (SSC) capitalina ha difundido algunas claves para identificar cuándo, cualquier persona, puede estar a punto de caer en los tentáculos de las páginas falsas.

1. Verifica remitente y dominio. Revisa la dirección de correo además del nombre visible, y asegúrate de que sea de Temu o de dominios oficiales.
2. No hagas clic en enlaces sospechosos. Entra directamente a la aplicación o al sitio oficial y tú mismo escribe la dirección.



3. Comprueba la URL antes de ingresar datos. Debe empezar con “https://”, verifica que el dominio sea el correcto y no tenga errores ortográficos.
4. Usa métodos de pago seguros. Puedes ocupar las tarjetas virtuales o pagos que incluyan protección al comprador; evita dejar los datos bancarios guardados en distintas plataformas.
5. Activa la autenticación de dos factores (2FA). Trata de tenerla siempre activa.
6. Ten actualizados los dispositivos y aplicaciones. De esta forma, los parches de seguridad te ayudarán a protegerte de un malware o vulnerabilidades explotables.
7. Edúcate y comparte información. Mantente al tanto de las alertas de seguridad locales y enséñaselas a tus familiares o quienes consideres necesiten esa información.

FUENTE

<https://oem.com.mx/elsoldemexico/mexico/pagina-apocrifa-roba-los-pagos-para-pasaportes-31522927>



INVEA clausura falsa sede del Consulado de Nicaragua; la oficina no tenía registro oficial.

Publicado: el 18 de agosto 2026.

Por: Josefina Quintero

Ciudad de México. La alcaldía Álvaro Obregón suspendió las actividades de un inmueble que operaba como supuesto Consulado de Nicaragua, luego de verificar que no contaba con registro oficial como sede consular.

Durante un operativo, personal de la Dirección de Verificaciones de la alcaldía, la Dirección Jurídica y el Instituto de Verificación Administrativa (INVEA) inspeccionaron el lugar, además se consultó a la Secretaría de Relaciones Exteriores (SRE) sobre el registro del inmueble.

La dependencia federal confirmó que el predio no está dado de alta como sede consular de Nicaragua, por lo que las autoridades procedieron a suspender las actividades, conforme a la normatividad vigente.

La alcaldía señaló que el operativo forma parte del procedimiento administrativo correspondiente y tiene como objetivo garantizar el cumplimiento de la ley, así como brindar certeza a la ciudadanía.

La alcaldía Álvaro Obregón afirmó que continuará trabajando de manera coordinada con las autoridades competentes para mantener el orden y hacer cumplir la normativa en la demarcación.

FUENTE

<https://www.jornada.com.mx/noticia/2026/08/18/capital/invea-clausura-falsa-sede-del-consulado-de-nicaragua-la-oficina-no-tenia-registro-oficial>

Lotería Nacional homenajea a Juan Gabriel con billete a 10 años de su muerte.

Publicado: el 18 de agosto 2026.

Por: Cuitláhuac Guerrero

Los boletos pueden adquirirse desde este 18 de agosto hasta agotar existencias

La Lotería Nacional develó su billete conmemorativo de Juan Gabriel, el cantautor nacido en el municipio de Parácuaro, Michoacán, el cual comenzó a circular desde este 18 de agosto y estará disponible hasta agotar existencias. Esto previo al Sorteo del Premio Superior 2.896 que se celebrará el próximo 28 del presente mes.

El intérprete de Abrázame muy fuerte engalana la imagen oficial de esta premiación, la cual tendrá un Premio Mayor de 17 millones de pesos y una bolsa repartible de 51 millones de pesos, y con el que se busca rendirle homenaje a uno de los artistas mexicanos más importantes en el marco del décimo aniversario de su fallecimiento.

Durante el evento para presentar el billete, la directora de la Lotería Nacional, Olivia Salomón Vivaldo, informó que para esta edición se imprimieron dos millones 400 mil cachitos que están en circulación en todos los estados de la República Mexicana con diversas fotografías del Divo de Juárez.

Se emitieron dos millones 400 cachitos que recorren todo el país con estas distintas imágenes de Juan Gabriel. Cada uno lleva consigo el reconocimiento de la Lotería Nacional a una figura imprescindible de nuestra cultura. Olivia Salomón Vivaldo, directora de la Lotería Nacional.

Reconoce Lotería Nacional influencia de Juan Gabriel en México

La funcionaria federal destacó la importancia que tuvo y ha tenido todavía el compositor de El Noa Noa en la cultura popular mexicana, una que sigue cantando sus canciones en los diferentes contextos. El billete es una forma también de enaltecer el talento de las y los artistas que constantemente da México al mundo.

"Hoy con este billete que lleva su imagen por todo México queremos decirle algo desde el corazón: Querido Juan Gabriel, México no te dice adiós, México te canta. Y mientras exista una voz que haga tuyas tus canciones, tu amor seguirá siendo eterno e inolvidable", expresó Salomón Vivaldo.

Desde Abrázame muy fuerte hasta Amor eterno, sus canciones más populares

Juan Gabriel nació el 7 de enero de 1950 en el municipio de Parácuaro, localizado en la Tierra Caliente Michoacana. Sin embargo, desde su infancia migró a otros como Apatzingán y Morelia para finalmente establecerse en Ciudad



Juárez, Chihuahua; de ahí que sea conocido comúnmente como El Divo de Juárez. Falleció el 28 de agosto del 2016 a los 66 años de edad.

Alberto Aguilera Valadez destacó por su manera de interpretar pero también por su forma de plasmar en letras los sentimientos, vicisitudes, alegrías y tristezas del ser humano dando éxitos como Abrázame muy fuerte, Amor eterno, Hasta que te conocí, Así fue, No tengo dinero y otras más que siguen sonando hasta la fecha.

Composiciones para Rocío Durcal, José José y otros ídolos de la música mexicana

Además, el talento de Juan Gabriel lo llevó a escribir otras piezas para artistas ya consolidados como a la española más mexicana, Rocío Dúrcal, a quien le escribió Amor eterno, Costumbres y Como tu mujer. También a José José, El Príncipe de la Canción, como El triste, Esta noche voy a verla y Lo pasado, pasado.

De igual manera para Vicente Fernández como Pero qué necesidad y La diferencia, a Isabel Pantoja como Así fue y Se me enamora el alma. Además de a Luis Miguel, quien con solo 12 años de edad grabó Mentira; Ana Gabriel, Daniela Romo, Aida Cuevas, Lupita D'alessio, Lucha Villa, Lucía Méndez y Angélica María, solo por mencionar algunos.

Presentaciones en Bellas Artes, la cúspide de su carrera

El Palacio de Bellas Artes de la Ciudad de México es uno de los recintos más importantes para el gremio artístico nacional. En él, Juan Gabriel tuvo la oportunidad de presentarse en tres ocasiones, lo que consolidó aún más su carrera musical. La primera fue en 1990 acompañado de la Orquesta Sinfónica Nacional de México.

En 1997 volvió a presentarse donde grabó su álbum discográfico Celebrando 25 años de Juan Gabriel: En concierto en el Palacio de Bellas Artes; y la última en 2013 para conmemorar sus primeros 40 años de carrera artística, misma que se vio interrumpida por su fallecimiento en 2016 en su casa de Santa Mónica, California, Estados Unidos.

FUENTE

<https://oem.com.mx/elsoldemorelia/cultura/loteria-nacional-homenajea-a-juan-gabriel-con-billete-a-10-anos-de-su-muerte-31634506>

Cuatro estados destacan por su mayor dinamismo económico en los últimos tres años.

Publicado: el 18 de agosto 2026.

Por: Redacción el Economista

Hidalgo y Chiapas encabezan el dinamismo económico del país con tasas superiores al 3% anual, seguidos de Colima y Tamaulipas.

Cuatro estados destacan por su mayor dinamismo económico

Actividad económica estatal | TASA DE CRECIMIENTO
PROMEDIO ANUAL %, ÚLTIMOS TRES AÑOS



FUENTE: INEGI

 EL ECONOMISTA



Hidalgo destaca como la entidad con el mayor dinamismo económico del país en los últimos tres años, al registrar una tasa de crecimiento promedio anual de 3.56%, un avance impulsado principalmente por un auge en el sector de la construcción, el turismo y las manufacturas, con el apoyo de una inversión privada histórica de 125,800 millones de pesos y la implementación de nuevos polos de desarrollo económico que fomentan la industria y las energías limpias.

Por su parte, Chiapas ocupa la segunda posición a nivel nacional con un crecimiento promedio anual de 3.32%. Su economía se sostiene sobre los pilares de la minería, el comercio y los servicios vinculados al turismo, sectores que fueron beneficiados por estrategias de promoción y una mayor disponibilidad de financiamiento empresarial pese a enfrentar desafíos en la obra pública por temas presupuestales y de coordinación gubernamental.

En un nivel de crecimiento sólido, aunque menor a los dos primeros estados, se encuentran Colima y Tamaulipas, entidades que lograron superar la tasa del 2% en su Indicador Trimestral de la Actividad Económica Estatal (ITAE). Estos estados demostraron una resiliencia notable dentro del panorama nacional, manteniéndose por encima de otros estados que reportaron crecimientos menores al 1 por ciento.

En contraste, el contexto nacional estuvo marcado por una ligera caída en la actividad económica general, (un promedio anual de -0.16%), con 17 de las 32 entidades con variaciones positivas. Regiones dependientes de la minería petrolera como Campeche y Tabasco, registraron las caídas más profundas por la inestabilidad en los precios internacionales del crudo y la desaceleración en la industria de la construcción.

FUENTE

<https://www.eleconomista.com.mx/estados/cuatro-estados-destacan-mayor-dinamismo-economico-ultimos-tres-anos-20260818-828865.html>



Gobierno estatal recupera patrimonio histórico con restauración integral de barrios.

Publicado: el 17 de agosto 2026.

Por: Gobierno de Puebla

- La intervención especializada preserva materiales y elementos arquitectónicos bajo supervisión del INAH.
- El Programa de Obra Comunitaria articula participación vecinal y acciones de bienestar, cultura, turismo y seguridad.

PUEBLA, Pue.- Con una inversión de 2.8 millones de pesos, fueron rehabilitados nueve inmuebles y 2 mil 627.49 metros cuadrados de fachadas en la calle 6 Norte, entre avenida Juan de Palafox y Mendoza y calle 4 Oriente, como parte de las acciones del Gobierno del Estado para recuperar espacios históricos de la capital, mejorar el entorno urbano y fortalecer las condiciones de seguridad, bienestar y desarrollo turístico.

El secretario de Infraestructura, José Manuel Contreras de los Santos, informó que los trabajos permitieron recuperar nueve inmuebles y beneficiar a aproximadamente 1.5 millones de habitantes de la zona capital. Explicó que las labores incluyeron restauración especializada de fachadas, molduras y materiales de origen, bajo supervisión del Instituto Nacional de Antropología e Historia (INAH), y adelantó que, por instrucción del gobernador Alejandro Armenta Mier, continuarán intervenciones en las calles 2, 4 y 6 oriente.

Durante el recorrido, el gobernador Alejandro Armenta Mier, acompañado por el secretario de Infraestructura, caminó desde la avenida Juan de Palafox y Mendoza sobre la calle 4 Oriente hasta llegar al Barrio del Artista, donde supervisó los trabajos y señaló otros inmuebles que requieren mantenimiento. Destacó que los barrios representan espacios de identidad, cultura, convivencia y organización comunitaria, por lo que instruyó identificar sitios emblemáticos para incorporarlos a esquemas de atención mediante el Programa de Obra Comunitaria, en coordinación con los ayuntamientos, el INAH y los comités ciudadanos. También anunció la rehabilitación integral del perímetro de El Parián, con intervención de fachadas y techumbres mediante técnicas y materiales acordes con su valor histórico.

La secretaria de Bienestar, Laura Artemisa García Chávez, informó que fueron entregados 14 cheques para igual número de barrios, distribuidos en tres microrregiones, con un monto total de 12 millones 453 mil 373 pesos para acciones de guarniciones, banquetas, luminarias, parques y fachadas. Preciso que los proyectos fueron definidos con participación comunitaria y que los trabajos en zonas históricas se realizan con el acompañamiento y autorización del INAH. En estas acciones participan también las secretarías de Deporte y Juventud, encabezada por Gabriela "La Bonita" Sánchez Saavedra, Turismo, a cargo de Carla López-Malo, Cultura, encabezada por Fritz Glockner, Gobernación y los equipos territoriales de Bienestar y Deporte, además del coordinador de Obra Comunitaria, Edgar Chumacero.



La secretaria de Deporte y Juventud, Gabriela “La Bonita” Sánchez Saavedra, resaltó que el mejoramiento de calles, fachadas y espacios del Centro Histórico, reconocido como Patrimonio Mundial, contribuye a fortalecer el turismo y la economía de los barrios. En congruencia con la visión de la presidenta de México, Claudia Sheinbaum Pardo, el gobernador Alejandro Armenta Mier, destacó que la transformación debe traducirse en bienestar para las comunidades y señaló que Puebla avanzó del sexto al cuarto lugar entre los estados más visitados del país. Añadió que la conectividad aérea permitirá atraer visitantes hacia los barrios, su gastronomía, arte, cultura y patrimonio, generando mayor derrama económica para quienes viven y trabajan en estas zonas.

El Gobierno del Estado refrendó su compromiso de preservar el patrimonio histórico y fortalecer barrios dignos, seguros y con oportunidades de desarrollo, mediante coordinación institucional y participación ciudadana. Durante el acto, Magaly Cruz Cabrera, representante de San Antonio, agradeció el respaldo tras más de 10 años sin apoyos, Guadalupe Oranco Ochoa, del Barrio del Alto, reconoció la atención a las necesidades de sus habitantes, Fabiola de Jesús, de Santa Anita, destacó que también esperaban alrededor de una década por este respaldo, y Elizabeth López Rocha, de San Miguelito, señaló que los recursos permitirán atender alumbrado, banquetas y fachadas, además de recuperar inmuebles abandonados que pueden convertirse en factores de inseguridad.

FUENTE

<https://www.eleconomista.com.mx/politica/gobierno-estatal-recupera-patrimonio-historico-restauracion-integral-barrios-20260818-828943.html>

Grupo Posadas acelera estrategias de promoción para lograr un buen cierre de año: Barrera.

Publicado: el 17 de agosto 2026.

Por: Alejandro de la Rosa

Javier Barrera refirió que Fiesta Rewards está por cumplir 40 años y constantemente están buscando la innovación.

Grupo Posadas apuesta a la publicidad (de la mano de una nueva campaña con el actor Diego Klein), mucha comunicación con sus clientes y el relanzamiento de la plataforma de lealtad Fiesta Rewards para lograr que al cierre del 2026 cuente con resultados que ayuden a recuperar “un poco” los retos que ha enfrentado el turismo en México (como altos precios de boletos de avión), aseguró su vicepresidente ejecutivo, Javier Barrera.

“Ha sido un año atípico, especial. Hemos tenido temas puntuales... El mundial de fútbol trajo buenas sorpresas en algunos destinos, pero en otros la gente dejó de viajar por estar siguiendo el torneo. Fueron seis semanas atípicas, esperamos recuperar un poco de lo del segundo trimestre y estamos viendo con muy buenos ojos el final del año”, comentó.

El grupo opera en el país más de 200 hoteles y más de 30,000 cuartos propios, arrendados, franquiciados y administrados en los destinos de ciudad y playa con marcas como: Grand Fiesta Americana, Fiesta Americana, Fiesta Inn, Gamma, one Hoteles y Live Aqua.

Desde la perspectiva del ejecutivo es necesario invertir fuertemente para estar presente en la mente de los viajeros cuando están en etapa de planeación, a través de sus diferentes canales digitales, y retomando la comunicación con sus socios del programa de lealtad.

“El tema es: pónete enfrente a la persona que va a elegir el viaje con todas las opciones (desde one hasta Live Aqua) alineadas a su presupuesto, para que diga: claro, es lo que busco”, agregó.

En relación a la plataforma, Javier Barrera refirió que Fiesta Rewards está por cumplir 40 años (faltan dos) y constantemente están buscando la innovación, a través de inversiones en tecnología y alianzas estratégicas, comerciales (tienen las tarjetas Santander Fiesta Rewards). Además, su fortaleza radica en que cerca de cuatro de cada 10 huéspedes, del sistema posadas son miembros del programa.

También se han enfocado a escuchar los gustos y necesidades de sus huéspedes, que cada vez más solicitan experiencias culturales o gastronómicas, por ejemplo, que les resulten memorables.



Muestra de ello son las alianzas que también han establecido con el Estadio GNP y el Palacio de los Deportes (por los conciertos que realizan) y restaurantes, entre otros para incrementar la oferta de servicios en todas las entidades donde está presente Grupo Posadas.

“En el estadio de los Diablos Rojos, en la Ciudad de México, tenemos una suite de hospitalidad increíble. Constantemente vemos qué espectáculos hay para elegir boletos e invitar nuestros socios”, detalló el ejecutivo.

La nueva campaña

Previo a la conversación con El Economista, el grupo hotelero presentó su nueva campaña protagonizada por el actor Diego Klein, quien se incorpora como embajador de Fiesta Rewards para acercar la propuesta del programa a nuevas generaciones de viajeros y reforzar el concepto de que cada experiencia puede ser el inicio del siguiente viaje.

“Hoy, Fiesta Rewards va mucho más allá de acumular y redimir puntos. Queremos acompañar a nuestros socios antes, durante y después de cada viaje, ofreciendo más y mejores beneficios, conectando con más de 200 hoteles del portafolio de Posadas, así como con experiencias que forman parte de su vida”, dijo el director de Productos de Lealtad, Fernando Mazariegos.

FUENTE

<https://www.eleconomista.com.mx/empresas/grupo-posadas-acelera-estrategias-promocion-lograr-buen-cierre-ano-barrera-20260817-828760.html>



México rompe cinco récords turísticos en el primer semestre de 2026; CONCANACO SERVYTUR llama a convertir el crecimiento en prosperidad para los negocios familiares.

Publicado: el 15 de agosto 2026.

La presidenta Claudia Sheinbaum Pardo destacó un alza de 7.7% en viajeros internacionales frente al mismo periodo de 2025 y afirmó que "México está de moda"

CONCANACO SERVYTUR reconoce los resultados del sector y llama a lograr que la derrama de 18,780 millones de dólares llegue a hoteles, restaurantes, comercios y negocios familiares de los destinos

La Confederación señala que el objetivo debe ser que los visitantes permanezcan más tiempo, conozcan más destinos y distribuyan su gasto en más regiones del país

La Confederación de Cámaras Nacionales de Comercio, Servicios y Turismo (CONCANACO SERVYTUR México) reconoció los resultados presentados por el Gobierno de México en materia turística, luego de que la presidenta Claudia Sheinbaum Pardo destacara el crecimiento de 7.7% en el número de viajeros internacionales durante el primer semestre de 2026, alcanzando 51.1 millones de personas.

Durante la Mañanera del Pueblo, la secretaria de Turismo, Josefina Rodríguez Zamora, informó que México recibió 51.1 millones de viajeros internacionales entre enero y junio, un crecimiento de 7.7% frente al mismo periodo de 2025; 24.5 millones de turistas internacionales que pernoctaron al menos una noche (+4.6%); y 6.6 millones de cruceristas (+15.2%), con un gasto de 575 millones de dólares (+18.7%). La derrama económica alcanzó 18,780 millones de dólares (+0.5%), a pesar del encarecimiento de los vuelos, y el turismo nacional registró 53.6 millones de visitantes hospedados en hotel.

La Confederación considera que este momento representa una oportunidad para fortalecer las cadenas de valor locales y lograr que una mayor proporción del gasto turístico llegue a hoteles, restaurantes, comercios, mercados, transportistas, artesanos, agencias, guías y prestadores de servicios. El objetivo debe ser que los visitantes permanezcan más tiempo, conozcan más destinos y distribuyan su gasto en más regiones del país.

Que México esté de moda debe significar también que sus negocios vendan más, que sus destinos tengan mayor actividad económica y que las familias que viven del comercio, los servicios y el turismo encuentren nuevas oportunidades para crecer, señaló CONCANACO SERVYTUR.

CONCANACO SERVYTUR destacó la importancia de continuar fortaleciendo la promoción turística, la infraestructura, la conectividad, la seguridad y la digitalización, así como generar condiciones para que las micro, pequeñas y medianas empresas se integren plenamente a las oportunidades del sector. La



Confederación reconoció el trabajo de la presidenta Sheinbaum Pardo y la secretaria Rodríguez Zamora, y reiteró su disposición para colaborar en una agenda que convierta el crecimiento turístico en prosperidad compartida desde lo local.

Para CONCANACO SERVYTUR, el turismo tiene su mayor impacto cuando la derrama económica se queda en las comunidades, fortalece a los negocios familiares y genera nuevas oportunidades para quienes todos los días reciben y atienden a quienes visitan México.

FUENTE

<https://www.concanaco.org/blog/comunicados-de-prensa-4/mexico-rompe-cinco-records-turisticos-en-el-primer-semester-de-2026-concanaco-servytur-llama-a-convertir-el-crecimiento-en-prosperidad-para-los-negocios-familiares-2201>

Expo Potentur reúne en Guadalajara a la industria turística.

Publicado: el 14 de agosto 2026.

Por: Redacción / Inversión Turística

Grupo Potentur celebró en Guadalajara la 4.^a edición de Expo Potentur, en la que se reunieron representantes de destinos, empresas; así como aliados comerciales y profesionales de la industria turística “bajo un propósito que ha definido este encuentro desde su origen: afianzando relaciones comerciales”.

Más de 100 agencias asistieron para participar en la generación del vínculo directo entre quienes desarrollan la oferta turística y los profesionales de los viajes, por lo que Grupo Potentur agradeció la disponibilidad de los agentes y la colaboración de sus aliados comerciales para lograr el éxito obtenido.

Durante el encuentro Caribe Mexicano tuvo una presencia relevante, a través de Arturo Cruz, del Consejo de Promoción Turística de Quintana Roo, y Raúl Andrade, presidente de la Asociación de Hoteles de Bacalar, Mahahual y Chetumal.

Su intervención permitió compartir las novedades de la región y acercar la propuesta de Bacalar, Mahahual y Chetumal al mercado de Guadalajara. “Para Grupo Potentur, esta representación adquiere especial importancia por los proyectos que actualmente desarrollamos en conjunto y que dan continuidad a una relación comercial que sigue avanzando”, señaló el organismo.

Manzanillo y Colima estuvieron representados por una delegación que integró al sector público y a la industria hotelera: Mayra Zepeda, de la Asociación de Hoteles; Alfonso González, de la Subsecretaría de Turismo del Estado de Colima; Sandy Montaña, representante del Hotel Gran Isla Navidad; y Elizabeth Ocaña, representante del Hotel Barceló Karmina Palace.

Por lo que su presencia permitió acercar a los agentes de viajes la diversidad turística de Colima y el producto hotelero de Manzanillo, para establecer vínculos directos para su promoción y comercialización.

Como destino invitado, la 4.^a edición de Expo Potentur recibió a Playa del Carmen, con la presencia de Fabiana Briseño, secretaria de Turismo, quien acompañó la esperada inauguración de la 2.^a edición del Pasaporte de Destinos Potentur, uno de los proyectos con los que Grupo Potentur acerca los destinos a los profesionales del turismo.

«Después de 4 ediciones, Expo Potentur Guadalajara confirma que reunir a los actores correctos en un mismo espacio permite que un contacto se convierta en una conversación, una conversación en una oportunidad y una oportunidad en una relación comercial que puede crecer y permanecer» señaló Amílkar Iván García), CEO y fundador de Potentur, durante el encuentro que esta ocasión fue patrocinado por Arenia Tours y Euroamerican Assistance.



CAMARA DE COMERCIO
SERVICIOS Y TURISMO
CIUDAD DE MEXICO

FUENTE

<https://inversion-turistica.com/2026/08/14/expo-potentur-reune-en-quadalajara-a-la-industria-turistica/>

Guanajuato presenta en CDMX sus destinos y una experiencia inédita.

Publicado: el 14 de agosto 2026.

Por: Redacción / Inversión Turística

Para mantener a Guanajuato en la preferencia de los viajeros y fortalecer su presencia ante los principales actores de la cadena de valor turística, se presentó en la Ciudad de México “Destino” y “Experiencia Guanajuato, Edición Inédita”; estrategias que invitan a descubrir los secretos mejor guardados de Guanajuato.

Lupita Robles León, secretaria de Turismo e Identidad del Estado de Guanajuato, dirigió estas presentaciones de promoción turística que articula acciones dirigidas a viajeros, agencias de viajes, tour operadores, mayoristas y demás integrantes del sector.

Explicó que esta campaña con actividades interactivas se replicarán en las ciudades de Puebla, Querétaro, San Luis Potosí y Guadalajara, las cuales forman parte del eje central que impulsa la Secretaría de Turismo e Identidad (SECTURI), y se alinea con la estrategia “Guanajuato Suma” de la gobernadora Libia Dennise García Muñoz Ledo.

Durante en el encuentro en el que la secretaria convivió con los representantes de los medios de comunicación, alrededor de 46 prestadores de servicios se reunieron en espacios de networking con pantallas en cada mesa de trabajo para atender y explicar la oferta turística que ofrece Guanajuato a los agentes de viajes.

En estas citas de negocio el estado promovió su infraestructura, recintos, proveeduría y servicios para grandes eventos, con el objetivo de atraer congresos, convenciones, exposiciones, incentivos y reuniones; proyectos que de ser captados generarán beneficios para hoteles, recintos, restaurantes y prestadores turísticos.

“Guanajuato tiene mucho que ofrecer, dos Ciudades Patrimonio de la Humanidad, seis Pueblos Mágicos, siete Encanto de Guanajuato, gastronomía, vino, destilados, cultura, naturaleza, aventura, romance, reuniones y grandes eventos”, señaló la secretaria.

“Pero hoy no venimos únicamente a presentar un destino. Venimos con un equipo operando, haciendo promoción, generando alianzas y acercando directamente nuestra oferta turística a quienes tienen la capacidad de convertirla en viajes”, agregó la secretaria de Turismo e Identidad, María Guadalupe Robles León.

Luego de la presentación que se realizó ante representantes de la industria turística de Ciudad de México, uno de los mercados estratégicos para Guanajuato y su principal mercado emisor nacional, la Secretaría de Turismo e Identidad (SECTURI) reafirmó que esta relación se fortalece con la conectividad entre ambos destinos.



Actualmente, Guanajuato cuenta con 47 conexiones redondas semanales con Ciudad de México, además de una conexión terrestre que permite realizar el trayecto en aproximadamente entre tres horas y media y cinco horas, mientras que por vía aérea el vuelo al Aeropuerto Internacional de Guanajuato tiene una duración aproximada de una hora con 10 minutos. Esta cercanía convierte a Guanajuato en una opción para escapadas, vacaciones, bodas destino, congresos, convenciones y experiencias culturales, gastronómicas y enoturísticas.

“Destino”, una estrategia para generar viajes

La estrategia “Destino” busca que la promoción turística se traduzca en resultados concretos para el sector, fortaleciendo la relación con quienes comercializan y recomiendan Guanajuato.

A través de esta estrategia, la Secretaría de Turismo e Identidad impulsa la vinculación con agencias de viajes, tour operadores, mayoristas y prestadores de servicios, con el propósito de ampliar la comercialización de los destinos y experiencias del estado y generar nuevas oportunidades de negocio.

La oferta presentada incluye las dos Ciudades Patrimonio de la Humanidad, seis Pueblos Mágicos y siete destinos Encanto de Guanajuato, además de experiencias de gastronomía, vino, destilados, cultura, naturaleza, aventura, romance, turismo de reuniones y grandes eventos.

El objetivo es que quienes participan en la cadena de valor conozcan la diversidad de Guanajuato y cuenten con herramientas para incorporarlo a sus propuestas de viaje.

Guanajuato, una experiencia que se comparte

Durante la presentación “Destino” también se destacó la fortaleza de Guanajuato como destino vitivinícola, ya que el estado es el cuarto productor nacional de vino, con 82 proyectos vitivinícolas, más de 165 etiquetas y una producción cercana a 1.6 millones de botellas al año.

Así es que como parte de la experiencia, durante la presentación, los asistentes participaron en un brindis con el vino espumoso Rosé de Viñedo La Santísima Trinidad, como muestra de la identidad y riqueza productiva de Guanajuato; una degustación que busca crear recuerdos y fortalecer la presencia de Guanajuato en la Ciudad de México, al mismo tiempo que refrenda una estrategia de promoción para mantenernos cerca de quienes hacen posible que un destino se convierta en un viaje.

Tras la presentación de las actividades del segundo periodo del 2026 que incluyen el Festival Internacional Cervantino (FIC), el Festival Internacional del Globo (FIG), y las celebraciones por el Día de Muertos, por mencionar algunas; la Secretaría de Turismo e Identidad (SECTURI) reiteró que en el Gobierno de la Gente se siguen generando alianzas comerciales y acciones de promoción



que permitan atraer más visitantes, incrementar la derrama económica y abrir nuevas oportunidades para las familias Guanajuatenses.

Experiencia Guanajuato, Edición Inédita

Para un segundo momento, la Comitativa de la SECTURI preparó: “Experiencia Guanajuato, Edición Inédita”, fusión de tradición y modernidad que llegó de la mano del chef Raymundo Gutiérrez y de nuestra cocinera tradicional Lulú Camarena; donde cada momento cuenta una parte de nuestra identidad.

“Para nosotros era importante estar en Ciudad de México porque es uno de los mercados que más visitantes aporta a Guanajuato y porque queremos fortalecer una relación permanente con quienes todos los días construyen conversación y acercan historias a millones de personas”, dijo la secretaria.

La experiencia fue planeada con: Guanaxhuato, una bebida ritual de bienvenida inspirada en la comunidad Chichimeca Jonaz, elaborada con xoconostle, chilcuague, jamaica y un toque de mezcal de San Felipe; así como con la riqueza vitivinícola con un espumoso Rosé de Viñedo La Santísima Trinidad, Blancs de Viñedo San Miguel, Syrah de Cuna de Tierra y Beso de Miel Mistela de Cavas Manchón para el postre.

“Venimos para hacer equipo. Desde la Secretaría de Turismo e Identidad estamos haciendo un esfuerzo permanente, con un equipo operando en territorio y en nuestros principales mercados, promoviendo destinos, generando alianzas y buscando que cada acción de comunicación se convierta también en una oportunidad para nuestras comunidades”.

“Hoy lo van a vivir con todos los sentidos; porque Guanajuato se descubre también a través de lo que crean las manos de nuestra gente. Gastronomía, vino, tradición, talento e identidad reunidos en una sola mesa para mostrarles un Guanajuato que sorprende, que se saborea y que abre nuevos caminos. Vengan, vivan la identidad y ayúdenos a contar todo lo que Guanajuato tiene por descubrir”, concluyó la secretaria.

FUENTE

<https://inversion-turistica.com/2026/08/19/guanajuato-presenta-en-cdmx-sus-destinos-y-una-experiencia-inedita/>