

# pt pasillo turístico

Información desde otra perspectiva

Suplemento Especial

## Tianguis Turístico México 2026



### ES MÉXICO



**Viajes de Gala**  
50 años de legado vivo

**Disney Destiny**  
las historias cobran vida en altamar



[visitjalisco.mx](http://visitjalisco.mx)

f @JaliscoEsMexico

#visitjalisco

# VENDOR

Todos los bloqueos exclusivos de

MEGA TRAVEL 

ahora al alcance de un clic.

Adquiérelos en línea de forma fácil y segura.



Disponible 24/7 los 365 días del año en



[cafe.megatravel.com.mx](https://cafe.megatravel.com.mx)



# CARTA EDITORIAL

Abril llega con una energía especial para la industria turística. Es un mes que combina lanzamientos relevantes, celebraciones clave para el sector y la antesala de uno de los encuentros más importantes del año: la edición **50** del **Tianguis Turístico de México**, que tendrá como sede el puerto de Acapulco, un destino que hoy más que nunca representa resiliencia, renovación y confianza en el futuro.

En este contexto, desde **Pasillo Turístico** seguimos firmes en nuestro compromiso de ser un aliado cercano para la industria turística del país. Sabemos que detrás de cada operación hay agentes de viajes que buscan información clara, oportuna y útil para tomar decisiones, vender mejor y anticiparse a las tendencias. Por eso, en esta edición reunimos contenidos que no solo informan, sino que aportan valor: nuevos productos, movimientos estratégicos de la industria y propuestas que están marcando el rumbo del turismo en México y el mundo.

Abril también es un mes para reconocer el dinamismo del sector, que no se detiene. Las celebraciones, los aniversarios y los nuevos proyectos que hoy vemos consolidarse son reflejo de una industria que evoluciona, se adapta y encuentra oportunidades incluso en los escenarios más retadores.

De cara al **Tianguis Turístico**, el llamado es prepararnos, conectar y capitalizar. Este encuentro no solo marca agenda, también abre puertas, genera alianzas y redefine estrategias comerciales. Y ahí, el papel de las agencias de viajes sigue siendo fundamental.

Gracias por leernos, por confiar en este espacio y por ser parte activa de una industria que se construye todos los días, desde cada venta, cada itinerario y cada experiencia que hacen posible.

**Nos vemos en Acapulco.**

**Guille Sánchez**  
**Directora Editorial**

Entérate de lo más relevante de la industria turística a través de nuestro **newsletter** y **redes sociales**.



**Suscríbete** a nuestro **NEWSLETTER**



pasilloturistico



@pasilloturistico



@pasillotur



@pasillo\_turistico



## DIRECTOR GENERAL

CARLOS GARCÍA  
direccion@pasilloturistico.com

## EDITORA

GUILLERMINA SÁNCHEZ  
guille.sanchez@pasilloturistico.com

## COORDINADOR EDITORIAL

ALEJANDRO SÁNCHEZ  
coordinacion@pasilloturistico.com

## CONTENIDOS

ERICK CAZABAL  
redaccion@pasilloturistico.com

## EDITORA DE ARTE Y MULTIMEDIA

XIMENA G. SÁNCHEZ  
ximena.garcia@pasilloturistico.com

## EDITOR DE INNOVACIÓN E IA

DIEGO GARCÍA

## VENTAS

55 6833 2472  
ventas@pasilloturistico.com

## ALIANZAS INFORMATIVAS

TRAVEL2LATAM  
ADVERTISING NEWS

## COLABORADORES

MARIANA MIJARES  
MARIO LÓPEZ  
LUIS FELIPE HERNÁNDEZ  
RICARDO ROMERO

TODOS LOS DERECHOS RESERVADOS.  
NINGUNA PARTE DE ESTA PUBLICACIÓN  
PUEDE SER REPRODUCIDA TOTAL O  
PARCIALMENTE SIN CITAR LA FUENTE. EL  
CONTENIDO DE LOS ANUNCIOS ES  
RESPONSABILIDAD DE LOS ANUNCIANTES  
Y NO DEL EDITOR.

PASILLO TURÍSTICO ES UNA PUBLICACIÓN  
MENSUAL ENFOCADA EN EL ACONTECER  
DE LA INDUSTRIA TURÍSTICA EN MÉXICO

**5** Protagonista  
Edgar Castellanos  
Viajes de Gala



**Navieras**  
Disney Destiny

**10** Industria  
Colombia

**12** Aerolíneas  
DFW

**13** Tendencias  
Colaboración

**14** Hoteles  
Nueva York



**Suplemento**  
50ª Edición  
Tanguis Turístico  
México 2026

**27** Destino  
Internacional  
Auroras  
Boreales



**Destino**  
Nacional  
Guanajuato

**32** En Breve  
Estados Unidos



**En Breve**  
Canadá

**37** Agenda  
Turística

**38** Check out  
Horóscopos

# Viajes de Gala:

## 50 años donde el legado se honra... trabajando

Por Guille Sánchez



**“Con la guía de su madre y la memoria de su padre, Edgar Castellanos lidera una empresa que ha sabido evolucionar sin traicionar su esencia”**

**C**incuenta años pueden contarse en números, o pueden sentirse en historias.

En **Viajes de Gala**, se viven en ambas. Medio siglo después de su fundación, la empresa no solo celebra permanencia en una de las industrias más cambiantes; celebra algo más complejo de sostener: una identidad construida desde la familia, la ética y una forma de hacer turismo que ha resistido generaciones, crisis y transformaciones.

Hoy, al frente está **Edgar Castellanos**. Pero esta no es una historia individual. Es la continuidad de un proyecto familiar donde la memoria y la presencia conviven todos los días.

*“Lo que defendemos no es solo un negocio, es una forma de hacer las cosas”.*

### EL LEGADO: LO QUE PERMANECE CUANDO TODO CAMBIA

En **Viajes de Gala**, el tiempo no borra; construye. La figura de su padre **Carlos Castellanos**, hoy ausente, sigue marcando el rumbo. No desde la nostalgia, sino desde los principios que dejó sembrados en la empresa y en la industria.

**“Mi papá siempre peleó porque las cosas se hicieran bien, no por beneficio propio, sino por el gremio”.**

Ese sentido de comunidad, de responsabilidad compartida, es uno de los valores que hoy busca mantener en un entorno distinto, más competitivo, más individual.

Pero si hay algo que define esta nueva etapa, es que el legado no se sostiene solo. Se acompaña.

### PRESENCIA, CARÁCTER Y CONTINUIDAD

En el día a día de la empresa hay una figura clave que no solo permanece, sino que impulsa: su madre, **Barbara Castellanos**. Activa, vigente y con una trayectoria propia dentro de la industria turística, lejos de ser solo parte de la historia, es parte del presente.

*“Ella tiene su propio camino, sus propios reconocimientos y sigue tomando decisiones. No vive a la sombra de nadie”.*

Trabajar juntos no significa comodidad. Significa contraste, discusión, visión compartida.

*“Nos cuestionamos, debatimos, vemos qué es lo mejor para la empresa... y eso es lo que nos mantiene en movimiento”*

**En Viajes de Gala, la familia no es un discurso. Es estructura, es carácter, es dirección.**

## TOMAR EL CONTROL EN EL MOMENTO MÁS DIFÍCIL

Asumir la dirección de la empresa no fue un proceso planeado.

Fue una transición obligada, marcada por la enfermedad y el fallecimiento de su padre, en un momento en el que la vida personal también exigía respuestas.

*“Tenía que ver temas legales, cuidar al equipo, sostener la operación... no había opción de detenerse”.*

Fueron años de aprendizaje acelerado, de decisiones complejas y de un reto constante: mantener el ritmo sin perder la esencia.

## EVOLUCIONAR SIN ROMPER

Uno de los cambios más significativos en esta nueva etapa ha sido la transformación operativa.

**Viajes de Gala** pasó de procesos tradicionales a una estructura más integrada, apoyada en tecnología y sistemas que permiten escalar el negocio.

*“Veníamos de un modelo más artesanal que funcionaba, pero que no permitía crecer. El cambio fue sistematizar la operación”.*

Ese paso no solo implicó herramientas, sino una nueva mentalidad dentro del equipo. De hacer las cosas como siempre... a hacerlas mejor.

## UN NEGOCIO GLOBAL CON ALMA LOCAL

Hoy, la empresa opera entre México y Europa, con presencia en España y una estructura que le permite trabajar prácticamente sin pausas.

*“Lo que se avanza en Europa en la mañana, se continúa en México por la tarde. Eso nos hizo más eficientes”.*

Sin embargo, en medio de la expansión, hay una convicción que no cambia: *“El negocio está en el servicio. Las herramientas cambian, pero el trato no”.*

Y es ahí donde México, y **Viajes de Gala**, encuentra su mayor fortaleza.

## DOS CAMINOS, UNA MISMA ESENCIA

La empresa mantiene dos grandes líneas: la operación mayorista, con fuerte posicionamiento en el mercado nacional, especialmente en esquí, y el negocio receptivo, que conecta a México con el mundo.

Dos formas de operar, dos lenguajes distintos, pero una misma base.

*“El producto no cambia tanto. Lo que cambia es cómo lo entiendes y cómo lo vendes”.*

## LA INDUSTRIA QUE SE TRANSFORMA...

En medio de los cambios tecnológicos, comerciales, generacionales, hay algo que **Edgar** observa con claridad:

la pérdida de la vocación de gremio. Esa que marcó a generaciones anteriores y que hoy se diluye ante la presión del entorno.

*“Antes era más natural pensar en el beneficio común.”*

*Hoy es más difícil, pero sigue siendo necesario”.*

## 50 AÑOS QUE NO MIRAN HACIA ATRÁS

Para Viajes de Gala, el aniversario no es un punto de pausa. Es una declaración de continuidad.

*“Decidimos celebrar haciendo lo que mejor sabemos hacer. No queremos quedarnos en la nostalgia”.*

La agenda del año lo confirma: presencia internacional, desarrollo de nuevos productos, fortalecimiento de relaciones y una estrategia enfocada en seguir creciendo.

## EL MAYOR RIESGO: CREER QUE YA ESTÁ HECHO

En una empresa con historia, el peligro no es el cambio. Es la complacencia.

*“Confiarte en el nombre sería el mayor error. Esto se construye todos los días”*

Por eso, su enfoque es claro: mantenerse presente, involucrado y en constante evolución.

## LO QUE VIENE: SEGUIR, RESISTIR, EVOLUCIONAR

Cuando se le pregunta por el futuro, la respuesta no busca impresionar. Busca ser honesta.

*“Primero seguir aquí. Después, seguir haciendo bien las cosas”.*

Porque al final, Viajes de Gala no se define solo por sus 50 años. Se define por cómo ha llegado a ellos.

Con una madre que sigue guiando. Con un padre cuya memoria sigue marcando el camino. Y con una nueva generación que entendió que crecer no es cambiar de esencia... es sostenerla.





DE GALA TOURS  
**VIAJES DE GALA®**



**NO VENDEMOS VIAJES,  
DISEÑAMOS EXPERIENCIAS**

[www.vgtours.mx](http://www.vgtours.mx)



# Disney Destiny:

El crucero donde las historias cobran vida en altamar

Por Ximena García

Lanzado oficialmente en noviembre de 2025, el **Disney Destiny** ya navega por el Caribe como una de las apuestas más ambiciosas de **Disney Cruise Line**, consolidándose como el **séptimo barco** de la flota y uno de los más innovadores de la compañía. Más allá del lujo o el entretenimiento tradicional, el Disney Destiny propone algo distinto mediante una narrativa centrada en el dualismo entre héroes y villanos.

## UN NUEVO MODELO DE CRUCERO: VIAJES CORTOS, EXPERIENCIAS INTENSAS

El Disney Destiny apuesta por una tendencia clara en el turismo actual: viajes más breves, pero profundamente significativos. Con itinerarios de **4 y 5 noches** desde **Fort Lauderdale**, el barco recorre destinos como **Bahamas** y el **Caribe Occidental**, incluyendo paradas en islas exclusivas como **Castaway Cay** y **Lookout Cay at Lighthouse Point**.

Esta estrategia responde a un viajero contemporáneo que busca maximizar cada momento. Aquí el mar no deja de sorprender: cada día está cuidadosamente diseñado para ofrecer una experiencia completa, ideal tanto para quienes prueban un crucero por primera vez como para quienes buscan algo diferente dentro de un formato ya conocido.

En temporadas específicas, el barco amplía sus rutas hacia destinos como **Nassau**, **San Juan** o **St. Maarten**, reforzando su atractivo internacional.

## HEROES & VILLANOS: UNA NARRATIVA SIN PRECEDENTES

Si hay algo que distingue al Disney Destiny es su enfoque narrativo, tematizado de Héroes y Villanos, celebra personajes audaces, complejos y carismáticos de universos como **Disney**, **Pixar**, **Marvel** y **Star Wars**., la dualidad entre luz y oscuridad.

*Per primera vez, los villanos no son solo personajes secundarios: son parte esencial de la experiencia.*

A lo largo del barco, los huéspedes pueden interactuar con figuras icónicas desde héroes como **Spider-Man** o **Black Panther** hasta villanos como **Maléfica**, **Loki** o **Cruella** en eventos, fiestas temáticas y dinámicas interactivas. Esta integración crea una narrativa transversal que acompaña todo el viaje.

El pasajero deja de ser espectador y se convierte en parte activa de la historia.

El verdadero diferencial está en la cercanía: aquí los personajes no están confinados a espacios específicos.



## ESPECTÁCULOS QUE ELEVAN EL ESTÁNDAR

El entretenimiento a bordo alcanza un nuevo nivel con producciones diseñadas exclusivamente para este barco. En el **Walt Disney Theatre** se encuentra una versión renovada de **Hércules**, adaptada al estilo **Broadway**, con una puesta en escena vibrante y contemporánea.

A esto se suma **Frozen: A Musical Spectacular**, uno de los shows más aplaudidos de la compañía, así como **Disney Seas the Adventure**, un montaje original con Goofy de protagonista que reúne a varios héroes de Disney en una experiencia llena de energía y emoción.

## GASTRONOMÍA QUE CUENTA HISTORIAS

El entretenimiento no se limita al teatro. El innovador concepto de rotación de restaurantes permite a los huéspedes vivir una experiencia distinta cada noche, siempre acompañados por el mismo equipo de servicio. Entre las propuestas destacan:

- **Pride Lands: Feast of The Lion King**, donde la música en vivo y la narrativa transportan a los comensales al universo de *El Rey León*
- **Worlds of Marvel**, con una experiencia interactiva protagonizada por **Rocket** y **Groot** de las películas "Guardians of the Galaxy"
- **1923**, un homenaje al legado de Disney con más de mil piezas de arte, llamado así por el año en que *Walt Disney Studios* abrió sus puertas

A esto se suman nuevas propuestas como **Café Megara** y **Café Merida**, así como la confitería temática **Edna Á La Mode Sweets**, que lleva el universo de "The Incredibles" al terreno culinario.

## UN DISEÑO PENSADO PARA VIVIR LA HISTORIA

Cada espacio está diseñado para reforzar su concepto inmersivo. El **Grand Hall**, inspirado en el universo de **Black Panther**, funciona como epicentro de experiencias en vivo.

El Disney Destiny logra un equilibrio notable entre experiencias familiares y espacios exclusivos para adultos.

Desde lounges temáticos como **De Vil's**, **The Haunted Manzion Parlor** o **The Sanctum**, hasta áreas premium como **Palo Steakhouse** y **Enchanté**, el barco ofrece una interpretación sofisticada del entretenimiento nocturno.

Para quienes buscan relajación, espacios como **Quiet Cove** y **Senses Spa** ofrecen un contraste perfecto frente a la energía del resto del barco.

Con aproximadamente **144,000 toneladas** y propulsado por gas natural licuado, el Disney Destiny no solo representa innovación creativa, sino también tecnológica.

## MÁS QUE UN CRUCERO, UNA EXPERIENCIA TOTAL

Disney Cruise Line confirma que el futuro de los cruceros no está en el transporte, sino en la experiencia.

Aquí no se trata solo de recorrer el Caribe, sino de vivir una narrativa completa donde cada detalle, desde un espectáculo hasta una cena, forma parte de un universo cuidadosamente construido.

En un mundo donde los viajeros buscan emociones auténticas y memorables, Disney ha encontrado una fórmula poderosa: convertir cada viaje en una historia donde héroes y villanos acompañan cada momento del viaje.

*Y en el Disney Destiny,  
esa historia apenas comienza*



# COLOMBIA

El destino que lo tiene todo y que hoy rediseña Euromundo para conquistar al viajero mexicano

**C**on una combinación que pocas geografías logran, Caribe, selva, montaña, ciudades modernas y una identidad cultural profundamente viva, el país sudamericano se consolida como una de las propuestas más completas en el portafolio internacional.

En este proceso, **Euromundo** marca la pauta con un relanzamiento estratégico de sus productos hacia Colombia, apostando por una oferta más flexible, competitiva y alineada a las nuevas expectativas del viajero.

## UN PAÍS QUE SE SIENTE Y SE VIVE

Desde el Caribe con ciudades como **Cartagena**, hasta **Medellín** o **Bogotá**, el destino ofrece múltiples caras en un solo viaje.

Pero más allá de sus ciudades, Colombia sorprende por su biodiversidad: ríos que parecen irreales, montañas que conviven con el mar, selvas que resguardan culturas ancestrales y regiones cafetaleras que invitan a vivir el origen de uno de los productos más representativos del país. Es un destino que no solo se visita, se experimenta.

## EL CAMBIO: ADAPTAR EL DESTINO AL NUEVO VIAJERO

Hoy el viajero busca flexibilidad, precios más accesibles y la posibilidad de decidir cómo vivir el destino.

La respuesta ha sido clara: rediseñar los productos.

**Euromundo** incorpora programas más cortos, de ocho días, que responden a la demanda real del mercado mexicano, sin dejar de lado opciones más completas para quienes desean profundizar en el destino.

Pero el ajuste más importante no es solo en duración, sino en estructura.

Hoy existen distintos tipos de viajero:

- El que quiere conocer a fondo la historia y la cultura
- El que busca naturaleza y experiencias
- Y el que simplemente quiere viajar, tomar fotos, disfrutar la ciudad y decidir sobre la marcha

Y es **Euromundo** quien articula esa nueva propuesta para cada uno.

## UN PORTAFOLIO DISEÑADO PARA VENDER MEJOR

En este contexto, la oferta de **Euromundo** se organiza en cuatro productos principales que permiten a las agencias adaptar la venta según el perfil del cliente:



### Explora Colombia

El producto más accesible. Busca precio y flexibilidad, incluye recorridos panorámicos y lo esencial del destino, dejando actividades opcionales para quien desee complementar la experiencia.

### Descubre Colombia

Un paso adelante en contenido. Mantiene una estructura equilibrada entre precio y experiencia, incorporando más elementos del destino.

### Disfruta Colombia

Pensado para quienes buscan mayor comodidad y una experiencia más completa.

### Colombia Soñada (Plus)

La versión más robusta: Colombia Soñada, incluye experiencias icónicas que elevan el viaje, como la **Catedral de Sal de Zipaquirá**, **Guatapé** y la **Piedra del Peñol**, así como la **Isla del Encanto**, convirtiéndose en una propuesta mucho más integral.

Uno de los puntos clave en esta nueva estrategia, impulsada por **Euromundo**, es aceptar una realidad del mercado: no todos los viajeros buscan lo mismo.

Y en lugar de forzar un solo tipo de producto, la oferta se abre.

Los programas más económicos no sacrifican calidad, sino contenido: eliminan ciertas actividades incluidas para permitir que el cliente construya su propio viaje. Mientras que los programas Plus integran esas experiencias para quienes buscan mayor profundidad.

La clave está en segmentar, no en limitar.

## COLOMBIA, LISTA PARA CONSOLIDARSE EN MÉXICO

Con esta evolución, Colombia no solo refuerza su posición como destino atractivo, sino que se vuelve más fácil de vender.

Tiene conectividad, tiene diversidad, tiene narrativa... pero ahora también tiene estructura comercial.

Y es precisamente ahí donde **Euromundo** encuentra su valor: en transformar un gran destino en un producto claro, adaptable y competitivo para el agente de viajes.

Colombia deja de ser una sola opción para convertirse en múltiples formas de viajar.

Y está será su mayor oportunidad.



**EUROMUNDO**  
Tour Operador

# ESPAÑA, ITALIA FRANCIA Y LONDRES

(Serie Clásica)

desde **CD. DE MÉXICO**

**17 Días - 15 Noches**

**VISITANDO:**

Madrid • Zaragoza • Barcelona • Costa Azul  
Mónaco • Génova • Venecia • Florencia  
Roma • Pisa • Turín • Ginebra  
París • Canterbury • Londres

DESDE

**2,485** **USD**  
PRECIO EN  
BASE DOBLE

**+ 1,399 USD DE AÉREO**

Reserva con  
un primer  
anticipo de

**99** \*USD  
Por Persona

TARIFAS POR PERSONA EN DÓLARES AMERICANOS, PAGADEROS EN MONEDA NACIONAL MEXICANA SUJETO AL TIPO DE CAMBIO AL DÍA EN QUE SE EFECTUE LA COMPRA

**Consulta Fechas de Salida e Itinerarios Detallados**

Volando con:

**IBERIA** **AIRFRANCE** **KLM** **AEROMEXICO**

Vigencia para reservar al **30 de junio, 2026**

INCLUYE:



**CONSULTA ITINERARIOS DETALLADOS**

Consulta otras fechas de salida y vuelos. Tarifas y promociones sujetas a disponibilidad y cambio por los proveedores. Las tasas e impuestos aéreos pueden variar de acuerdo con disposiciones gubernamentales o aeroportuarias. **TODOS LOS PRECIOS Y PROMOCIONES PUBLICADOS SON DE CARÁCTER REFERENCIAL E INFORMATIVO. NINGUNO DE LOS PRECIOS QUE SE PUBLICAN SON DE CARACTER FINAL O DEFINITIVO EN TANTO EL CLIENTE RESERVA FORMAL MISMA QUE SE ELABORA Y ENTREGA DE ACUERDO CON SUS PROPIOS INTERESES, REQUERIMIENTOS Y PRESUPUESTO** mismos que se sujetan a términos y condiciones, establecidos en la página web

<https://euromundo.ebeweb.com.mx/terminosycondiciones>

\*Reservaciones y pagos Gran Deal dependerá de la aerolínea. Favor de consultar

**Europamundo**  
vacaciones

**Gran  
DEAL**

**Intermundial**



El aeropuerto que conecta al mundo y redefine la experiencia de volar



**Con casi 90 millones de pasajeros y una red de más de 270 destinos, Dallas Fort Worth se posiciona como una de las plataformas aéreas más estratégicas del mundo.**

**E**n la conversación global del turismo, pocos aeropuertos operan con la escala, conectividad y visión de crecimiento del **Aeropuerto Internacional Dallas Fort Worth (DFW)**. Con cerca de **90 millones de pasajeros anuales** y una red que supera los **270 destinos**, el *hub* texano se consolida como una de las plataformas más estratégicas para el tráfico internacional, y particularmente clave para el mercado mexicano, en la antesala del **Mundial 2026**.

Ubicado en el corazón de Texas, DFW no solo destaca por volumen. Su operación, con más de **930 vuelos diarios** hacia más de **230 destinos en 30 países**, lo posiciona como el **tercer aeropuerto** con mayor tráfico de pasajeros y operaciones a nivel mundial, resultado de una estrategia sostenida de expansión y conectividad.

Pero más allá de los números, su verdadero valor está en cómo articula rutas, aerolíneas y mercados.

**CONECTIVIDAD: EL GRAN ACTIVO**

Su fortaleza radica en ser el principal *hub* de **American Airlines**, lo que le otorga una capilaridad difícil de igualar en el continente y permite alimentar rutas internacionales con una red doméstica altamente eficiente.

**DFW no solo conecta destinos: conecta sistemas**

A esto se suma su integración con la alianza *oneworld*, que amplía su alcance global con aerolíneas clave como British Airways, Iberia, Qatar Airways, Cathay Pacific, Japan Airlines, Finnair, Qantas y Royal Jordanian, entre otras.

- Más de **270 destinos globales**, con cobertura prácticamente total en **Norteamérica**
- **255 destinos** dentro de la red *oneworld*, uno de los mayores alcances dentro de esta alianza
- Conexiones directas y eficientes hacia Europa, Asia, Medio Oriente y Oceanía

En este entramado, México juega un papel central. DFW se mantiene como su mercado internacional número uno, con vuelos directos desde **28 ciudades del país**, lo que permite conexiones ágiles en trayectos de entre **2 y 3 horas**.

De cara al **Mundial 2026**, esta conectividad cobra aún mayor relevancia: el aeropuerto enlaza de forma directa con todas las ciudades sede en Estados Unidos, consolidándose como uno de los *hubs* naturales para la movilidad internacional durante el evento.

**AEROLÍNEAS: UNA RED GLOBAL QUE ELEVA LA EXPERIENCIA**

El aeropuerto reúne a algunas de las aerolíneas más importantes del mundo, que no solo amplían la conectividad, sino que elevan la experiencia de viaje con productos diferenciados en rutas de largo alcance.

**Más que cantidad, DFW destaca por la calidad de su red aérea**

Desde cabinas **premium economy** como **World Traveller Plus** de **British Airways**, hasta propuestas de alta gama como la **Qsuite** de **Qatar Airways**, considerada una de las mejores clases ejecutivas del mundo, el pasajero que conecta vía DFW accede a estándares internacionales de confort y servicio.

La presencia de aerolíneas como **Cathay Pacific** abre la puerta a Asia con conexiones directas a **Hong Kong**, mientras que **Qantas** y **Fiji Airways** amplían el alcance hacia Oceanía. A esto se suma la conectividad hacia Europa con **Iberia** y **British Airways**, y hacia Medio Oriente con **Qatar Airways** y **Royal Jordanian**, consolidando una red verdaderamente global.

### EXPANSIÓN GLOBAL: NUEVAS RUTAS, NUEVOS MERCADOS

El crecimiento de DFW responde a una estrategia clara de diversificación hacia mercados de alto valor.

En los últimos años, el aeropuerto ha fortalecido su alcance con rutas clave:

- Apertura hacia Oceanía con **Fiji Airways (Nadi)**
- Expansión en Asia con nuevas conexiones como **Taipei**
- Refuerzo en Medio Oriente con rutas hacia **Amán (Jordania)**

### EXPERIENCIA Y TECNOLOGÍA: EFICIENCIA COMO DIFERENCIAL

DFW ha apostado por la tecnología para mejorar la experiencia del pasajero en uno de los puntos más sensibles del viaje: los procesos migratorios.

- Implementación de biometría y reconocimiento facial
- Tiempos promedio de espera de alrededor de 25 minutos para pasajeros internacionales
- Cuatro años consecutivos como Mejor aeropuerto en servicio al cliente en Norteamérica

A esto se suma una oferta robusta en experiencia de usuario: **más de 200** tiendas y restaurantes, lounges, servicios multilingües y una operación diseñada para facilitar el tránsito del pasajero.

### INFRAESTRUCTURA: CRECIMIENTO A GRAN ESCALA

El aeropuerto abarca más de **69.6 kilómetros cuadrados**, con siete pistas de aterrizaje y cinco terminales en operación, lo que permite una alta eficiencia en despegues y aterrizajes simultáneos.

Su siguiente gran paso es la **Terminal F**, cuya primera fase abrirá en **2027** y que estará completamente operativa hacia **2030**.

Este proyecto contempla:

- **31** nuevas puertas de embarque
- Mayor capacidad para vuelos internacionales
- Construcción modular para mantener la operación sin interrupciones

A esto se suman la modernización de la **Terminal C** y la ampliación de la **Terminal A**, en una estrategia integral para absorber la demanda futura.

En paralelo, DFW se mantiene como el aeropuerto carbono neutral más grande del mundo, integrando sostenibilidad en su crecimiento.

### DE MÉXICO AL MUNDO: UN PUENTE NATURAL

Para el viajero mexicano, DFW representa una de las puertas de entrada más eficientes hacia el mundo.

La cercanía geográfica, la frecuencia de vuelos y la robustez de su red permiten conexiones rápidas y eficientes hacia prácticamente cualquier región. Este modelo no solo optimiza tiempos, también abre la posibilidad de transformar una escala en una experiencia, integrando paradas estratégicas en **Dallas Fort Worth**.

### MÁS QUE UN AEROPUERTO, UN NODO GLOBAL

DFW no es una escala: es un punto de conexión donde convergen rutas, aerolíneas y mercados.

Un *hub* que no solo mueve pasajeros, sino que articula el turismo global desde uno de los centros operativos más importantes del mundo.

## Las redes sociales: El nuevo motor de la promoción de viajes

Más allá de las imágenes aspiracionales, las redes sociales se han consolidado como el principal detonador de inspiración y decisión en la industria turística. En este entorno digital, el agente de viajes tiene una oportunidad clara: evolucionar de intermediario a creador de experiencias, en una figura de confianza dentro de un ecosistema cada vez más conectado.

Hoy, las redes ya no son solo vitrinas de destinos espectaculares o selfies en lugares lejanos. Son el punto de partida de millones de decisiones de viaje. Cada publicación, historia o video tiene el potencial de despertar el deseo... y convertirlo en una venta. Ahí radica el nuevo rol del agente: entender esas dinámicas, interpretar tendencias y traducir la inspiración digital en experiencias concretas.

El viajero actual no busca únicamente un destino; busca experiencias que conecten con su estilo de vida y con los valores que consume diariamente en plataformas como Instagram, TikTok, Facebook o YouTube. Estos espacios se han transformado en verdaderos catálogos turísticos, pero también en foros donde se privilegian las recomendaciones reales y las voces auténticas. En ese contexto, el asesor de viajes puede posicionarse como un referente, una guía confiable que no solo muestra lugares, sino que orienta y, muchas veces, detona la decisión.

La presencia digital dejó de ser opcional: hoy es parte esencial de la marca. No se trata únicamente de publicar ofertas, sino de proyectar quién eres como profesional. La empatía, la experiencia y la pasión pueden comunicarse a través de una historia bien contada, una imagen con contexto o un video que conecte. En un entorno donde la atención es fugaz, la autenticidad se convierte en el activo más valioso.

Las herramientas están al alcance de todos. Plataformas para programar contenido, analizar audiencias o segmentar campañas permiten llegar con precisión al viajero adecuado. Sin embargo, la diferencia no la marca la tecnología, sino la capacidad de generar conexión. Escuchar, entender y proponer experiencias a la medida sigue siendo el verdadero valor agregado frente a cualquier plataforma automatizada.

Las redes sociales funcionan hoy como ese puente entre la inspiración y la acción, entre el deseo y la compra. Y es ahí donde el agente tiene la oportunidad de reinventarse: no como un simple intermediario, sino como un curador de experiencias, un narrador de destinos y un embajador del viaje.

El reto no es competir con las redes, sino dominarlas. Convertirse en una voz que inspire, que oriente y que genere confianza. Porque si bien la tecnología puede mostrar el camino, solo los profesionales del turismo saben cómo transformarlo en una experiencia única.

Las redes sociales no son el futuro. Son el presente. Y en este presente, el agente de viajes es quien convierte la inspiración digital en viajes reales.

**¡Felices ventas!**



Ricardo Romero  
@rromeroes

## Tres hoteles, tres maneras de vivir Nueva York

Por Mariana Mijares

**N**ueva York es de los destinos más visitados de Estados Unidos, y su oferta de hospedaje es tan amplia como la propia ciudad. Entre hoteles en ubicaciones convenientes, íconos históricos que han definido el concepto de lujo y propuestas boutique que apuestan por una estancia más íntima, elegir dónde quedarse puede definir tu experiencia en la ciudad. Aquí, tres opciones con cualidades distintas para conocer en tu próxima visita.

### NEW YORK HILTON MIDTOWN

Gracias a su ubicación en pleno **Midtown**, el **New York Hilton Midtown** funciona como un gran punto de partida para estar a pasos de lugares como **Central Park**, **Rockefeller Center** y **Radio City Music Hall**. Su localización permite moverse caminando o conectar fácilmente con estaciones de metro y paradas de autobús. Otra ventaja es que se encuentra frente al **Museo de Arte Moderno**, por lo que es ideal para visitar la exposición **Frida and Diego: The Last Dream** (que permanecerá hasta septiembre) o alguna de las nuevas obras de **Broadway**, como **CATS: The Jellicle Ball**, **Schmigadoon!** o **Titanique**, donde figura la actriz mexicana Melissa Barrera.

Las habitaciones y suites miran hacia el ritmo constante de la ciudad, con vistas al skyline.

En la parte gastronómica, la oferta incluye **Herb N' Kitchen** que prioriza ingredientes de temporada y un desayuno buffet que es una delicia; mientras que **Bridges Bar** se enfoca en coctelería y vinos. El **Lobby Lounge**, por su parte, funciona como punto de encuentro más informal. También hay café desde temprano y el marketplace ofrece alternativas calientes y frías desde las 6:30 a.m.

A esto se suma un gimnasio 24 horas que permite mantener la rutina, mientras que la planta baja concentra restaurantes, tiendas y salón. Para elevar aún más la estancia, el acceso al **lounge** añade un espacio más privado, e incluye diferentes bocadillos a lo largo del día.



Fotos: Cortesía Hilton



Fotos: Cortesía Namron Hospitality Group

### THE WILLIAM

En contraste con los grandes rascacielos de Nueva York, el **The William** propone una experiencia más íntima, que recuerda a una casa, pero en el corazón de **Manhattan**. Ubicado en **East 39th Street**, a unos pasos de **Bryant Park** y **Grand Central Station**, ocupa dos brownstones **Beaux-Arts** interconectadas de principios del siglo XX que, en la década de 1920, funcionaron como club privado para graduados de **Williams College**.

Hoy, tras su reapertura por parte del grupo **Namron Hospitality**, el edificio conserva ese carácter histórico mientras lo combina con una visión contemporánea.

Con solo 31 suites, el hotel incluye espacios concebidos como una obra habitable en colaboración entre **In Situ Design**, **Lilian B. Interiors** y el artista **William Engel**, dando como resultado interiores que funcionan como una galería viva.

El edificio de seis niveles, también integra espacios como **Raines Law Room**, ideal para disfrutar bocadillos y coctelería original con propuestas como el **Golden Hive** (gin, licor de pera especiada, higo, miel y limón), el **Puebla Old Fashioned** (tequila reposado, mezcal, ancho, cacao, maraschino y bitters de mole) o el **Kanzan Martini** (gin japonés, vermouth de sakura, vodka, cordial de yuzu y esencia de flor de cerezo).

A esto se suma el programa de **Culture Curators**, que acompaña a los huéspedes con recomendaciones personalizadas para explorar Nueva York desde una perspectiva local: arte, teatro, arquitectura, música y gastronomía. Una estancia que se vuelve una forma distinta de habitar la ciudad.

### WALDORF ASTORIA NEW YORK

Tras varios años de restauración, el **Waldorf Astoria New York** volvió a abrir sus puertas como uno de los proyectos más ambiciosos de la ciudad. Concebido originalmente en **1931** como el hotel más grande y alto del mundo, su reapertura no solo marca el regreso de un ícono, sino el inicio de una nueva etapa.

El proceso de transformación, liderado por **Skidmore, Owings & Merrill** y con interiores a cargo de **Pierre-Yves Rochon**, ha puesto especial atención en los detalles históricos. Frescos originales, acabados en hoja de oro, el reloj **Waldorf Astoria** de **1893** y el piano de **Cole Porter** forman parte de un conjunto que recupera espacios emblemáticos como **Peacock Alley**, el **Grand Ballroom** y el **Basildon Room**.

Más de **5,760 metros cuadrados** protegidos fueron restaurados con la participación de artesanos, conservadores e historiadores. La experiencia se articula en torno a espacios renovados y propuestas gastronómicas, todos acompañados por un programa de coctelería desarrollado por **Jeff Bell**.

Al mismo tiempo, el hotel introduce una nueva configuración con **375 habitaciones y suites** entre las más amplias de **Manhattan**, además de más de **300 residencias privadas**.

Más allá de su arquitectura o su historia, el hotel también destaca por su servicio y su atención al detalle, propios de un lugar que, durante décadas, marcó el estándar de la hospitalidad en **Nueva York**.



Fotos: Cortesía Hilton



TIANGUIS  
TURÍSTICO

México®

Acapulco

EDICIÓN

2026



Fotos: Cortesía FIDETUR



## Acapulco vuelve a escena

El Tianguis Turístico celebra 50 años entre renovación, negocio y proyección global

El **Tianguis Turístico México 2026** no es una edición más. A cinco décadas de su creación, el principal encuentro de negocios del turismo en el país vuelve a su origen, **Acapulco**, del **27 al 30 de abril**; con cifras contundentes, una agenda ampliada y un mensaje claro: la industria turística mexicana se reorganiza, evoluciona y apuesta por el futuro.

Con más de **8 mil asistentes**, más de **1,000 compradores de 17 países** y más de **30 mil citas de negocio**, el Tianguis reafirma su papel como la principal plataforma de comercialización turística del país. Para la **Secretaría de Turismo**, el regreso a Acapulco simboliza resiliencia y transformación, con un destino que hoy muestra alta ocupación, actividad económica y nuevas obras de infraestructura.

### UN DESTINO QUE SE LEVANTA Y SE REPOSICIONA

Acapulco está de vuelta. Con más del **86%** de su planta hotelera rehabilitada, más de **17 mil habitaciones** disponibles y conectividad restablecida, el puerto se reposiciona como un destino competitivo.

Para **Simón Quiñones Orozco**, el evento representa el regreso a la esencia del Tianguis:

**“Acapulco está listo para recibir al mundo. Este encuentro vuelve a ser un espacio de negocio, intercambio y oportunidades para todo el sector”.**

Por primera vez, el evento incorpora expositores internacionales, con la participación de países como **Colombia**, *invitado de honor*, lo que fortalece su perfil global y abre nuevas oportunidades de cooperación regional.

*“En esta edición, Colombia participa como País Invitado de Honor, reforzando el carácter internacional del evento y consolidando al Tianguis como un punto de encuentro estratégico para América Latina”*

### UNA PLATAFORMA QUE EVOLUCIONA: DE PROMOCIÓN A COMERCIALIZACIÓN

A lo largo de cinco décadas, el Tianguis ha evolucionado de un escaparate promocional a una plataforma integral de negocio. La edición 2026 incluye foros, seminarios, talleres y espacios enfocados en turismo comunitario, además de innovaciones como la venta directa de paquetes turísticos al público.

El programa se complementa con experiencias culturales y gastronómicas como *“Ventana a México”* y el **Festival del Taco** en **Taxco**, reforzando la identidad del destino.

### INFRAESTRUCTURA Y VISIÓN DE FUTURO

En el marco del Tianguis, se prevé el anuncio de un proyecto estratégico para Acapulco: el desarrollo de una nueva terminal de cruceros con inversión internacional, que en su primera fase generará más de **200 empleos** y fortalecerá la conectividad marítima del destino.

Este tipo de iniciativas reflejan el enfoque del evento: no solo generar negocio inmediato, sino detonar desarrollo a mediano y largo plazo.

### UN ANIVERSARIO QUE PROYECTA LO QUE VIENE

A 50 años, el Tianguis no solo vuelve a casa: regresa como un motor de negocio, integración y futuro para el turismo mexicano, con Acapulco nuevamente en el centro de la conversación.

#### EL TIANGUIS EN CIFRAS:

- Más de 8 mil asistentes
- Más de 1,000 compradores internacionales
- Participación de 17 países
- Más de 30 mil citas de negocio
- Representación de los 32 estados
- Más de 2900 expositores
- Más de 17 mil habitaciones disponibles en Acapulco
- Recuperación superior al 86% de la infraestructura hotelera

# Esto es

## #ThisIzit



### Ixtapa Zihuatanejo

Un viaje. Dos paraísos.



SECRETARÍA DE  
**TURISMO**  
DEL ESTADO DE GUERRERO

**ZIHUA**  
CIUDAD DE TODOS



ZIHUATANEJO  
PUEBLO MÁGICO

**MÉXICO**  
ESTÁ DE  
**MODA**

[www.ixtapazihuatanejo.travel](http://www.ixtapazihuatanejo.travel)

f @ X visitiz

# RIU en México:



## Inversión que se traduce en desarrollo social, ambiental y operativo

Para **RIU Hotels & Resorts**, su operación en México va mucho más allá del negocio turístico. Con **23 hoteles** en el país y más de **14 mil colaboradores**, la cadena ha construido un modelo donde la rentabilidad no es un fin aislado, sino el motor que permite sostener una inversión constante en comunidades, salud y medio ambiente, con impacto directo en los destinos donde opera.

### MÉXICO, EJE ESTRATÉGICO DE CRECIMIENTO

Con más de **25 años** de presencia, México se mantiene como el mercado más relevante para RIU. Esta apuesta se refleja en una estrategia sostenida de modernización que combina la apertura de nuevas propiedades con la renovación de hoteles existentes, elevando estándares de servicio y eficiencia operativa.

Durante 2026, esta inercia continúa con fuerza. Tras recientes aperturas en el Caribe mexicano, como *Riu Latino*, *Riu Palace Kukulcan* y *Riu Ventura*, la cadena mantiene su plan de inversión con renovaciones clave en **Riu Palace Península** (Cancún) y **Riu Palace Mexico** (Playa del Carmen), consolidando su presencia en destinos estratégicos.

### UN MODELO TRANSVERSAL DE SOSTENIBILIDAD

Bajo el concepto "*Proudly Committed*", RIU ha integrado la sostenibilidad como un eje transversal en toda su operación, lo que involucra a todas las áreas de la compañía.

Este enfoque se traduce en acciones concretas: todos sus hoteles en México cuentan con certificación *Ecostars*, mientras que en el **Pacífico, Nayarit, Jalisco y Sinaloa**, ya operan con electricidad **100%** libre de emisiones contaminantes.

### ALIANZAS QUE IMPACTAN AL CARIBE MEXICANO

En **Quintana Roo**, la cadena ha desarrollado una red sólida de colaboración con organizaciones enfocadas en la salud y la niñez. Destacan alianzas con **Fundación Aitana** en apoyo a pacientes oncológicos, **Dr. Sonrisas** para el cumplimiento de sueños infantiles y **Save the Children** con espacios de 3 ludotecas.

En paralelo, RIU participa activamente en la protección de la infancia a través de convenios con autoridades y organismos especializados, implementando protocolos dentro de su operación turística.

En el frente ambiental, la alianza con **Oceanus** ha impulsado la restauración de arrecifes y el desarrollo del **Pabellón Marino** en **Parque Cancún**, reforzando la educación ambiental en la región.

### PACÍFICO Y OCCIDENTE: ENFOQUE COMUNITARIO Y BIODIVERSIDAD

En destinos del Pacífico y Occidente, el modelo de RIU se enfoca en el fortalecimiento social y la conservación. A través de alianzas con organizaciones como **Proeduca** y **Corporativa de Fundaciones**, la cadena impulsa proyectos educativos, mientras que asociaciones como **Amigos de los Niños**, **Los Niños del Capitán** y **Back2Back México** permiten acercar servicios médicos, nutricionales y dentales a comunidades locales.

En materia ambiental, la colaboración con **ECOBAC** y **CEMBAB** contribuye a la protección de especies como la ballena jorobada y la guacamaya, además de programas de reforestación en conjunto con **Bosque Urbano Extra**.

En México, RIU ha consolidado un modelo donde la operación turística se convierte en una plataforma de desarrollo integral. Una estrategia que no solo fortalece su presencia en el país, sino que contribuye activamente a la sostenibilidad de los destinos que hoy son clave para la industria turística nacional.

# De la Sierra Tarahumara al mundo: Chihuahua apuesta todo en el Tianguis 2026



Con una delegación robusta y una agenda enfocada en cerrar negocios, el estado de **Chihuahua** llega a la **50ª edición del Tianguis Turístico México 2026** con el objetivo de consolidarse como un destino de clase mundial, apostando por su diversidad de producto, infraestructura y experiencias únicas.

Encabezada por el secretario de Turismo, **Edibray Gómez Gallegos**, y el director del Fideicomiso ¡ah Chihuahua!, **Julio Chávez Ventura**, la delegación reunirá a más de **40 empresarios** del sector turístico, quienes representarán toda la cadena de valor del estado.

*“Venimos con toda la fuerza de nuestra cadena de valor. Chihuahua no solo ofrece paisajes únicos como las Barrancas del Cobre, sino una infraestructura robusta y una calidad en el servicio que nos distingue a nivel internacional”*, destacó Gómez Gallegos.

## NEGOCIOS, PROMOCIÓN Y NUEVOS PRODUCTOS

Durante el Tianguis, sostendrán una intensa agenda de citas con compradores nacionales e internacionales, para concretar alianzas, incrementar visitantes y atraer inversiones.

Entre los anuncios más relevantes destacará la presentación del **primer acuario del estado**, ubicado en **Guachochi**, el cual contará con especies endémicas y buscará convertirse en un nuevo atractivo turístico para la **Sierra Tarahumara**.

Asimismo, el estado fortalecerá su presencia en mercados internacionales mediante la firma de convenios con turoperadores europeos, además de recibir un reconocimiento por parte de **Julia Tours** por posicionar a Chihuahua como uno de sus destinos más vendidos.

## PUEBLOS MÁGICOS Y EXPERIENCIAS INSIGNIA

La participación de representantes de los comités ciudadanos de los **Pueblos Mágicos**, acompañados por sus presidentes municipales, reforzará la estrategia de promoción regional, destacando destinos como **Creel**, **Guachochi** y **Casas Grandes**.

Chihuahua llegará al Tianguis con importantes nominaciones en los premios “Lo Mejor de México”, entre las que destacan experiencias como el Ultra Maratón Chihuahua by UTMB, la Semana Santa Rarámuri y la ruta arqueológica de Paquimé.

También sobresalen atractivos emblemáticos como las **Barrancas del Cobre**, el **Valle de los Monjes** y el recorrido en el **Ferrocarril Chepe**.

## CHIHUAHUA, UNA OFERTA INTEGRAL

*“Queremos decirle al mundo que Chihuahua es aventura, es cultura, es gastronomía y, sobre todo, es un destino preparado para recibir a los viajeros más exigentes”*, señaló Julio Chávez Ventura.

Con esta participación, el estado buscará reforzar su posicionamiento como un destino integral que combina **naturaleza**, **cultura** y **experiencias auténticas**, con una **estrategia de crecimiento** basada en la **promoción internacional**, la **profesionalización del sector** y la **generación de oportunidades de negocio**.

Chihuahua no solo llegará al Tianguis a exhibirse, sino a cerrar acuerdos y consolidar su lugar en la conversación turística global.

# Jalisco eleva su juego:

Gastronomía, inversión y grandes eventos definen su momento global

De cara al **Tianguis Turístico 2026**, Jalisco no llega a competir por reflectores: llega con una agenda estructurada, resultados medibles y una visión clara de largo plazo. El estado ha logrado posicionar al turismo como uno de los principales motores de su economía.

Hoy, las cifras reflejan ese momento. Con más de **33.2 millones** de visitantes, Jalisco se ubica entre los estados con mayor dinamismo turístico del país, aportando **9.2% al PIB** estatal y registrando un crecimiento sostenido en el empleo formal. En infraestructura, lidera en número de establecimientos hoteleros y ocupa el segundo lugar en habitaciones, con una oferta superior a **83 mil cuartos**, que se proyecta a rebasar los **90 mil** en los próximos años.

Este crecimiento no es casual. Responde a una política turística con bases institucionales sólidas que ha permitido ordenar el desarrollo del sector y fortalecer su competitividad.

## UNA ESTRATEGIA QUE ORDENA Y PROYECTA

Uno de los principales diferenciadores de Jalisco ha sido la construcción de un modelo de gestión con visión de largo plazo. La creación del **Consejo Consultivo Estatal de Turismo**, el lanzamiento del programa **Jalisco 2030** y la implementación de un **Observatorio Turístico** con estándares internacionales han permitido profesionalizar la toma de decisiones y generar certeza para la inversión.

A ello se suma la integración de iniciativas como **Filma Jalisco**, que amplía el alcance del turismo hacia la industria audiovisual.

En términos de conectividad, la apertura de **39 nuevas rutas aéreas** ha sido clave para fortalecer la llegada de visitantes, mientras que la construcción de **40 nuevos hoteles** y una inversión privada que supera los **2 mil millones de dólares** reflejan la confianza del sector en el destino.

La promoción también ha jugado un papel estratégico. Con cerca de **499 millones de pesos** invertidos a través de fideicomisos turísticos y más de **600 acciones** de comercialización directa, Jalisco ha consolidado su presencia en mercados clave a través de ferias internacionales y alianzas comerciales.

## TIANGUIS TURÍSTICO: MÁS QUE PRESENCIA, POSICIONAMIENTO

En el marco del Tianguis Turístico, Jalisco presenta una oferta que responde a las nuevas demandas del mercado. El estado ha dejado atrás una narrativa centrada únicamente en el sol y playa para consolidar un portafolio diversificado.

**Puerto Vallarta** y **Costalegre** continúan siendo pilares en el segmento de playa, mientras que **Guadalajara** se posiciona como un *hub* estratégico para el turismo de reuniones y grandes eventos. A ello se suma el impulso al turismo cultural y de experiencia a través de los **12 Pueblos Mágicos**, así como rutas emblemáticas como **Los Altos del Tequila** y la **Ribera de Chapala**.

Esta diversificación responde a una tendencia global: el viajero busca cada vez más experiencias auténticas, personalizadas y con valor agregado. Jalisco ha entendido ese cambio y lo ha integrado en su estrategia.

## GASTRONOMÍA: LA CARTA FUERTE RUMBO AL RECONOCIMIENTO GLOBAL

Uno de los ejes más sólidos en la proyección internacional del estado es su gastronomía. La designación de Jalisco como **Host City** de la ceremonia de la **Guía Michelin México 2026** confirma el nivel de madurez de su ecosistema culinario.

La gala, que se realizará en **mayo de 2026**, no solo reconocerá a la alta cocina, sino también a la gastronomía tradicional y a los modelos sostenibles. Esto abre la puerta a que desde restaurantes de fine dining hasta fondas y taquerías puedan aspirar a distinciones como el **Bib Gourmand** o la **Estrella Verde**.

Esta apuesta forma parte de una estrategia mayor que busca consolidar a **2027** como el año de la gastronomía en Jalisco, con activaciones, menús especiales y experiencias que involucren a todo el territorio.

## 2026: EL AÑO QUE REDEFINE EL POSICIONAMIENTO

El calendario de los próximos meses coloca a Jalisco en una posición estratégica. La entidad será sede de eventos de alto impacto que, en conjunto, redefinen su presencia en el mapa turístico internacional.

La llegada de la **ITB Américas 2026** representa un parteaguas. Por primera vez, esta plataforma global tendrá una edición en el continente americano, conectando a profesionales del turismo desde **Canadá** hasta **Argentina**. Su realización en Guadalajara no solo refuerza la vocación de la ciudad como destino de negocios, sino que la posiciona como un nodo clave para la industria.

A esto se suma el **Mundial de Fútbol 2026**, que proyecta la llegada de alrededor de **3 millones de visitantes** durante el torneo, con una derrama económica estimada en más de **20 mil millones de pesos**. Actualmente, cerca del **30% de la capacidad hotelera** ya está comprometida, lo que anticipa altos niveles de ocupación.

Sin embargo, el valor de estos eventos no se limita a lo inmediato. El verdadero impacto estará en el posicionamiento global y en el legado que dejarán en términos de infraestructura, conectividad y percepción del destino.

## UNA AGENDA PERMANENTE DE ALTO IMPACTO

Más allá de los eventos ancla, Jalisco ha apostado por una agenda constante de congresos, festivales y encuentros deportivos que permiten mantener el flujo turístico durante todo el año.

Esta estrategia reduce la dependencia de temporadas específicas y fortalece la estabilidad del sector. Al mismo tiempo, genera oportunidades para que distintos destinos dentro del estado participen en la dinámica turística, ampliando los beneficios económicos.

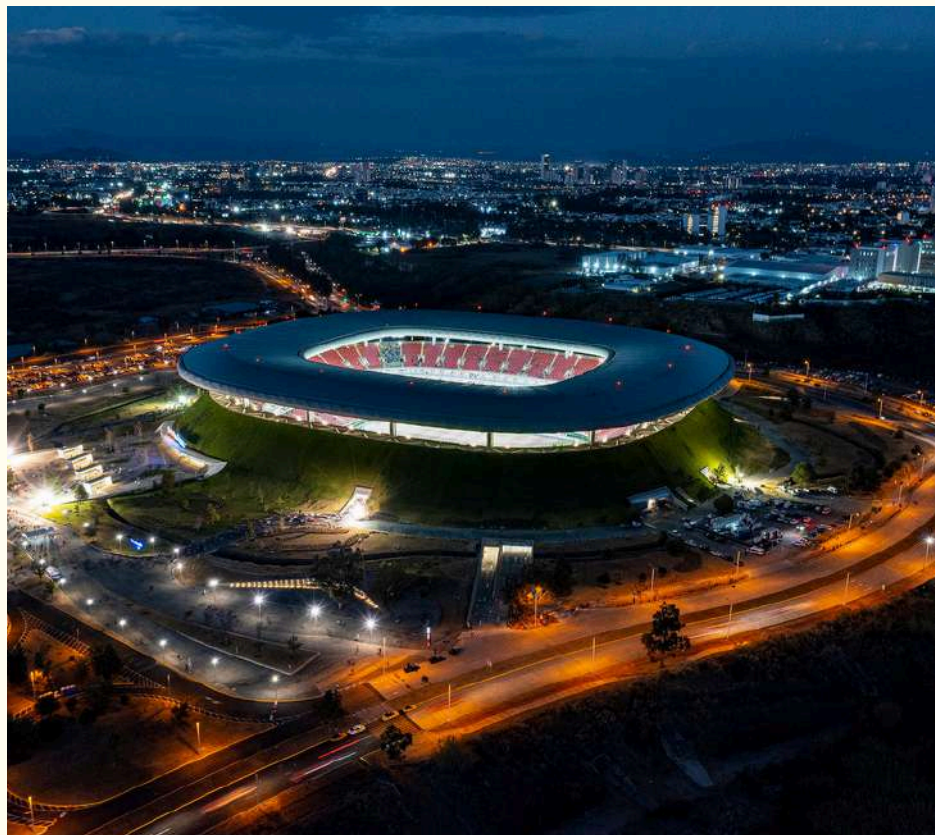
## EL RETO: EVOLUCIONAR

En un contexto global cada vez más competitivo, el desafío para Jalisco no es menor. México ya es una potencia turística por su diversidad y riqueza cultural, pero el siguiente paso es elevar la experiencia, la calidad y el valor agregado.

La visión del estado apunta precisamente en esa dirección: consolidar un modelo que no solo atraiga visitantes, sino que genere experiencias memorables, impulse la inversión y fortalezca la competitividad.

Jalisco llega al **Tianguis Turístico 2026** con una narrativa respaldada por resultados y una agenda que trasciende la promoción. La combinación de gastronomía, infraestructura, inversión y grandes eventos lo coloca en una posición privilegiada para capitalizar un año que se perfila como decisivo.

Lo que ocurra en los próximos meses no solo definirá su crecimiento inmediato, sino su lugar en la conversación turística global. Jalisco no solo está en el mapa: está jugando para liderarlo.





## Nayarit llega al Tianguis a imponer agenda: Inversión, lujo y estrategia global

Nayarit llega al **Tianguis Turístico 2026** no solo como participante, sino como uno de los destinos que busca marcar la conversación. En el marco de la **edición número 50** que se celebrará en **Acapulco**, el estado se presenta con un posicionamiento que refleja su evolución hacia un destino cada vez más competitivo a nivel internacional.

El estado llega a la máxima vitrina de la industria con una estrategia clara, una narrativa bien construida y, sobre todo, con resultados que respaldan su posicionamiento.

La agenda que presentará en Acapulco no es menor. Anuncios de alto impacto, firma de convenios, nuevas alianzas estratégicas, actividades y eventos que cruzan deporte, gastronomía, cultura y negocios forman parte de una presencia que busca consolidar algo más que promoción: liderazgo.

### LA APUESTA: MANTENERSE EN LA CONVERSACIÓN GLOBAL.

Bajo campañas como *"Paradise keeps going"* y *"The journey keeps going"*, el destino ha logrado fortalecer su presencia en mercados estratégicos.

Pero más allá del discurso, están los números. Nayarit recibe más de **10 millones de visitantes** al año y ha logrado elevar su ocupación hotelera a niveles que rondan el **82%**, con picos de hasta **94%** en temporada alta. La derrama económica supera los **6 mil millones de pesos**, confirmando que el crecimiento no solo es mediático, sino tangible.

El componente internacional es otro de sus grandes activos: el **83%** de sus visitantes provienen del extranjero, principalmente de **Estados Unidos** y **Canadá**, lo que refuerza su posicionamiento como un destino competitivo en el mercado global.

A esto se suma una estrategia agresiva de expansión. Entre **2026** y **2027** se prevé la apertura de más de **15 nuevos desarrollos turísticos**, con un crecimiento significativo en segmentos como el lujo y el *workation*, dos tendencias que hoy marcan el pulso de la industria.

El turismo deportivo también juega a su favor. Nayarit se ha convertido en **destino oficial** de equipos de alto perfil como **Los Angeles Lakers**, **Dallas Cowboys** y **Vancouver Canucks**, y avanza en negociaciones con los **Dodgers**, lo que amplifica su visibilidad ante audiencias que superan los **70 millones de aficionados** a nivel global.

En infraestructura, el mensaje es igualmente contundente. Más de **12 mil 400 millones de pesos** invertidos en conectividad terrestre, con proyectos clave como las **autopistas Tepic-Compostela** y **Compostela-Las Varas**, mientras que en el frente aéreo, la nueva terminal del **Aeropuerto Internacional de Tepic** apunta a transformar la capacidad del destino, con la meta de superar los **15 millones de pasajeros anuales**.

Y si de atributos se trata, Nayarit ha sabido jugar todas sus cartas: naturaleza, cultura, lujo y gastronomía. No es casual que ocho de sus restaurantes hayan sido incluidos en la **Guía México Gastronómico 2026**, ni que publicaciones internacionales lo señalen como un *hotspot* para el turismo de alto nivel.

El paraíso continúa

RIVIERA NAYARIT  
rivieranayarit.com

EXCLUSIVO  
POR NATURALEZA

ONE&ONLY MANDARINA, COMPOSTELA, NAYARIT  
WWW.RIVIERANAYARIT.COM



RESERVA  
AHORA

## León pisa fuerte rumbo al Tianguis:

**Conectividad, industria, cultura y 450 años de historia redefinen su apuesta turística**

Con una estrategia que combina músculo industrial, turismo de reuniones y una agenda cultural cada vez más sólida, **León** llega al radar del **Tianguis Turístico** como un destino que no improvisa: ejecuta. En un año clave, además, la ciudad celebra **450 años de historia**, un aniversario que se convierte en plataforma para proyectar su evolución y fortalecer su posicionamiento.

Su ubicación en el corazón del **Bajío**, una de las regiones económicas más dinámicas del país, le permite capitalizar conectividad, infraestructura y flujo constante de viajeros para consolidarse como un nodo clave del turismo nacional.

A solo **cuatro horas y media por carretera** desde la **Ciudad de México** y con una conectividad aérea robusta, el destino mantiene una ventaja competitiva clara en accesibilidad, uno de los factores más valorados por el trade. A esto se suma una planta hotelera que supera las **9,700 habitaciones** en distintas categorías, lista para responder a la demanda de congresos, convenciones y eventos de gran escala.

En este terreno, León ha construido una de sus mayores fortalezas. El **Poliforum León** se mantiene como uno de los recintos más importantes del país para turismo de reuniones, albergando exposiciones, ferias y congresos internacionales que detonan flujo constante de visitantes. Integrado al **Distrito León MX**, este complejo articula una oferta que combina negocio, cultura y entretenimiento, consolidando a la ciudad como uno de los principales *hubs* de convenciones en México.

En el marco de sus **450 años**, la ciudad impulsa el **Proyecto León 450**, una iniciativa que articula una agenda de actividades para integrar pasado, presente y futuro, involucrando a la comunidad y reforzando su identidad como destino. Más que una celebración, el proyecto busca detonar reflexión y visión sobre el rumbo de la ciudad.

Pero León no se queda en su fortaleza histórica de negocios. En los últimos años ha comenzado a robustecer su oferta turística con atractivos que complementan la experiencia del visitante. Espacios como el **Forum Cultural Guanajuato**, el **Centro Histórico** con el **Templo Expiatorio**, el **Parque Metropolitano de León**, sede del **Festival Internacional del Globo**, y su reconocida tradición zapatera, se suman a una escena gastronómica en crecimiento que hoy forma parte del recorrido del viajero.

En este contexto, la **Feria Nacional del Libro** se posiciona como uno de sus eventos insignia. Del **1 al 10 de mayo**, el **Poliforum León** será sede de su **edición 37**, con más de **234** expositores, talleres, conferencias e invitados nacionales e internacionales.

El evento proyecta una derrama económica superior a los **32 millones de pesos** y una ocupación hotelera cercana al **38%**, cifras que reflejan cómo la agenda cultural comienza a jugar un papel relevante en la economía turística del destino.

Este equilibrio entre turismo de reuniones y experiencias culturales es el mensaje que León busca posicionar en el Tianguis Turístico: un destino con capacidad probada, pero también con contenido que genera valor, fideliza al visitante y abre nuevas oportunidades de comercialización.

En un entorno cada vez más competitivo, León avanza con una narrativa clara: no solo es punto de encuentro para los negocios, sino una ciudad viva que suma razones para quedarse y que, a **450 años** de su fundación, redefine su papel dentro de la industria turística nacional.





## León: esenciales del destino

### POLIFORUM LEÓN Y DISTRITO LEÓN MX

El corazón del turismo de reuniones. Aquí convergen exposiciones, congresos y eventos de talla internacional, acompañados de espacios como el **Forum Cultural Guanajuato** y áreas de entretenimiento que elevan la experiencia del visitante.

### FERIA ESTATAL DE LEÓN

Uno de los eventos más importantes del **Bajío** y del país. Combina entretenimiento, cultura, gastronomía y espectáculos internacionales, marcando el inicio de las celebraciones por los **450 años de la ciudad**.

### FORUM CULTURAL GUANAJUATO

Complejo que reúne el **Museo de Arte e Historia**, el **Teatro del Bicentenario** y espacios públicos que invitan a vivir la ciudad desde su lado más artístico y contemporáneo.

### CENTRO HISTÓRICO Y TEMPLO EXPIATORIO

El contraste perfecto entre tradición y vida urbana. El **Templo Expiatorio**, ícono arquitectónico de León, se convierte en punto obligado, rodeado de una oferta gastronómica y social en constante movimiento.

### GASTRONOMÍA LOCAL

Desde las tradicionales **guacamayas** hasta una escena culinaria en evolución con **473 restaurantes**, León se posiciona como un destino que también se disfruta a través del paladar.

### COMPRAS Y TRADICIÓN ZAPATERA

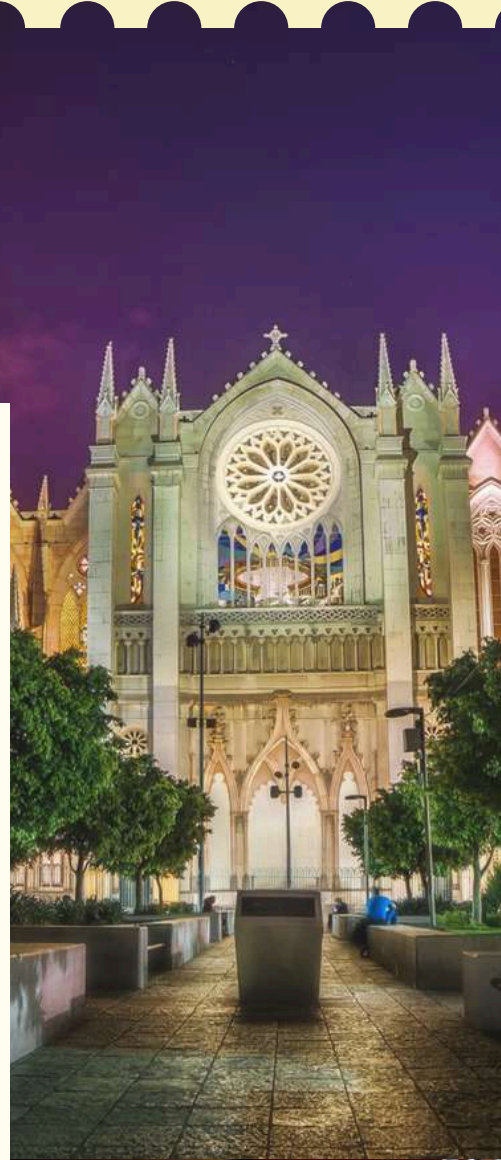
León es sinónimo de piel. Sus zonas comerciales y outlets ofrecen una experiencia única para quienes buscan calidad, diseño y tradición en productos de cuero.

### PARQUE METROPOLITANO

Un respiro natural dentro de la ciudad. Ideal para actividades al aire libre, eventos y festivales como el **Festival Internacional del Globo**, uno de los más importantes de **América Latina**.

### AGENDA CULTURAL Y EVENTOS

Más allá de la **Feria del Libro**, León mantiene una cartelera constante de actividades que complementan su vocación de negocios y fortalecen su atractivo turístico durante todo el año.



# VIVALEÓN450

450 AÑOS DE SER UNA CIUDAD VIVA Y VIBRANTE



La App Turística Viva León es tu puerta de entrada a una ciudad llena de energía, cultura y experiencias inolvidables.

Descubre todo lo que hace a León una Ciudad Viva y Vibrante:

Atractivos turísticos, eventos, gastronomía, hoteles, rutas y experiencias únicas, siempre al alcance de tu mano.

Descárgala aquí



Viva León, una Ciudad Viva y Vibrante...  
ahora en tu bolsillo.



 @turismo\_leon

 @visitaleongto

 @turismoleon\_

[www.vivaleon.mx](http://www.vivaleon.mx)

Con *Ponant Explorations*

# Auroras Boreales:

El Ártico en estado puro, desde la primera fila



**E**n el extremo norte del planeta, donde el silencio pesa y el horizonte parece no tener fin, ocurre uno de los espectáculos más sobrecogedores que puede presenciar el ser humano. No es un show, no hay escenario ni horarios definidos. Es naturaleza en su estado más puro: las **auroras boreales**.

En estas latitudes, la noche no es oscuridad, es movimiento. El cielo se transforma en un lienzo vivo donde estallan luces verdes, violetas y, en ocasiones, destellos rojos que parecen danzar con una intención propia. Para el **pueblo sami**, estas luces nacen de un zorro ártico que, al correr sobre la nieve, lanza chispas al firmamento. Para el viajero, es algo aún más difícil de explicar: una experiencia que no se observa, se siente.

## DONDE EL CIELO TOCA LA TIERRA

Si bien destinos como **Islandia**, **Noruega** o **Alaska** se han consolidado como puntos clave para observar este fenómeno, es en **Groenlandia** donde la experiencia alcanza otra dimensión.

Aquí no hay ciudades que contaminen la vista ni luces artificiales que interfieran. Solo hielo, agua y cielo. La oscuridad es total, el silencio es absoluto y el entorno se convierte en el escenario perfecto para que el fenómeno magnético de la Tierra se exprese sin filtros.

Durante los equinoccios de otoño y primavera, cuando el viento solar encuentra las condiciones ideales para penetrar el campo magnético terrestre, el espectáculo se intensifica. Es entonces cuando el Ártico se ilumina con mayor fuerza, ofreciendo noches que parecen irreales.

Pero más allá del fenómeno, lo que transforma este viaje es el contexto: ver las auroras reflejadas sobre bloques de hielo flotante, en medio de fiordos remotos, lejos de cualquier rastro de civilización.





### DOS VIAJES EN UNO: EXPLORACIÓN Y CONTEMPLACIÓN

Viajar al **Ártico** no es una experiencia lineal. Es un contraste constante.

Durante el día, el paisaje invita a la exploración: navegación entre icebergs, desembarcos en islas remotas, caminatas sobre territorios que aún conservan una esencia casi intacta.

El entorno impone respeto, pero también despierta una curiosidad profunda.

#### *Al caer la noche, todo cambia.*

El ritmo se desacelera y el viaje se vuelve introspectivo. Es en ese silencio, en esa pausa, donde sucede lo extraordinario.

El cielo se enciende y el viajero se convierte en espectador privilegiado de un fenómeno que no puede predecirse, pero que, cuando aparece, lo transforma todo.

### LA EXPERIENCIA DESDE EL MAR: LUJO, CIENCIA Y AISLAMIENTO

Es aquí donde el viaje adquiere un nuevo nivel cuando se realiza a bordo de expediciones especializadas como las de **Ponant Explorations**.

En embarcaciones como el **Le Commandant Charcot**, diseñado específicamente para navegar en regiones polares.

El enfoque no es solo contemplativo, también es interpretativo. Acompañados por naturalistas y expertos, cada travesía se convierte en una lectura profunda del entorno: desde la formación de los hielos hasta el comportamiento de la fauna ártica y los fenómenos atmosféricos.

Los espacios abiertos, las vistas de **360 grados** y el diseño silencioso permiten que el verdadero protagonista sea el paisaje. Aquí no hay distracciones innecesarias; todo está pensado para conectar al viajero con el entorno.

### EL LUJO DE LO IRREPETIBLE

En un mundo donde cada vez es más difícil encontrar experiencias auténticas, el **Ártico** se mantiene como uno de los últimos grandes territorios intactos. Y dentro de él, las auroras boreales son, quizá, su expresión más poderosa.

No se trata solo de verlas. Se trata de estar ahí: sentir el frío en la piel, escuchar el silencio absoluto, levantar la mirada y entender que ese momento no se repetirá de la misma manera.

A bordo de expediciones como las de **Ponant**, el viaje no se mide en kilómetros ni en escalas, sino en instantes. En esos segundos en los que el cielo se ilumina y todo cobra sentido.

Ya que más que un destino, el **Ártico** es una experiencia que se queda grabada. Una de esas que no se cuentan igual dos veces. Una de esas que, simplemente, hay que vivir.



MEGA TRAVEL 

# COLOMBIA

## Camino hacia El Dorado



[viaje.mt/52329](http://viaje.mt/52329)

10-☀-109☾

desde **999 USD** + **499** imp

POR PERSONA EN HABITACIÓN DOBLE

Medellín, Eje Cafetero, Cartagena y Bogotá

**Salidas:**

**Julio 27 y 31 | Agosto 13 y 26 | Septiembre 10 y 24 | Octubre 08**

CONSULTAR SUPLEMENTOS/VOLANDO CON: **avianca** 

[www.megatravel.com.mx](http://www.megatravel.com.mx)

*“Rutas de aventura que transforman la forma de viajar el estado”*

# Guanajuato

La adrenalina toma el control del destino

**G**uanajuato está cambiando. Más allá de su herencia cultural, su arquitectura virreinal y sus ciudades **Patrimonio**, el estado comienza a posicionarse con fuerza en un terreno que exige más que contemplación: el **turismo de aventura**.

Un recorrido reciente por **San Miguel de Allende**, **Mineral de Pozos** y **Victoria** deja claro que el destino está construyendo una nueva narrativa, donde la experiencia activa, el contacto con la naturaleza y la adrenalina se integran como parte de una oferta estructurada, lista para el viajero que busca algo más que recorrer, quiere vivir.

No se trata de actividades aisladas. Es un producto turístico que conecta rutas, operadores y territorios, articulando experiencias que van de la cabalgata al ciclismo, del senderismo a las cuatrimotos, con un hilo conductor: la emoción.

## SAN MIGUEL DE ALLENDE: MÁS ALLÁ DE LO CONTEMPLATIVO

San Miguel de Allende, tradicionalmente vinculado al turismo cultural, hoy abre una nueva puerta.

Las rutas en cuatrimoto marcan un punto de quiebre en la forma de experimentar el destino. Salir de la traza urbana para recorrer caminos de terracería, miradores naturales y paisajes abiertos redefine la percepción del lugar. La ciudad deja de ser únicamente escenario para convertirse en territorio.

A esta experiencia se suma la infraestructura de parques de aventura, donde actividades como tirolesas aportan un componente de vértigo que complementa la oferta. Es un giro estratégico: integrar adrenalina en un destino que históricamente se había posicionado desde la calma.

## NATURALEZA CON HISTORIA: LA CAÑADA DE LA VIRGEN

En las inmediaciones de San Miguel, la Cañada de la Virgen ofrece una experiencia distinta, más introspectiva pero igual de poderosa.

La cabalgata por esta zona combina paisaje, historia y conexión con el entorno. No hay prisa. El ritmo lo marca el caballo y el terreno. Aquí la aventura no está en la velocidad, sino en la inmersión.

Es un producto que suma valor al destino al integrar naturaleza con contenido cultural, ampliando el perfil del viajero que busca experiencias más profundas.



## MINERAL DE POZOS: IDENTIDAD, TERRITORIO Y ADRENALINA

En el Pueblo Mágico de Mineral de Pozos, la aventura toma otro sentido. Los recorridos en cuatrimoto atraviesan un paisaje semidesértico marcado por antiguas haciendas y vestigios mineros, donde cada ruta cuenta una historia. La experiencia se enriquece al incorporar la cultura del mezcal: visitas a haciendas, jima en campo magueyero, comida campirana y catas que conectan al viajero con la identidad del lugar.

Aquí, la adrenalina no está desligada del territorio. Al contrario, se convierte en el vehículo para entenderlo.

## SENDERISMO Y PAISAJE: EL VALOR DEL RITMO NATURAL

El senderismo aparece como un eje transversal en la propuesta de Guanajuato.

Espacios como el Charco del Ingenio permiten recorrer rutas naturales que contrastan con la intensidad de otras actividades. Es el equilibrio necesario dentro de un itinerario que combina movimiento y contemplación.

Este tipo de experiencias responde a un perfil de viajero que busca desconexión, contacto con la naturaleza y bienestar, sin perder la sensación de descubrimiento.

## VICTORIA: EL GUANAJUATO QUE POCOS CONOCEN

El municipio de Victoria revela una de las apuestas más sólidas del estado en materia de turismo de aventura.

Con actividades como ciclismo de montaña, senderismo, recorridos por zonas de cactáceas gigantes y experiencias como “**Volando con Águilas**”, el destino se posiciona como un territorio de exploración.

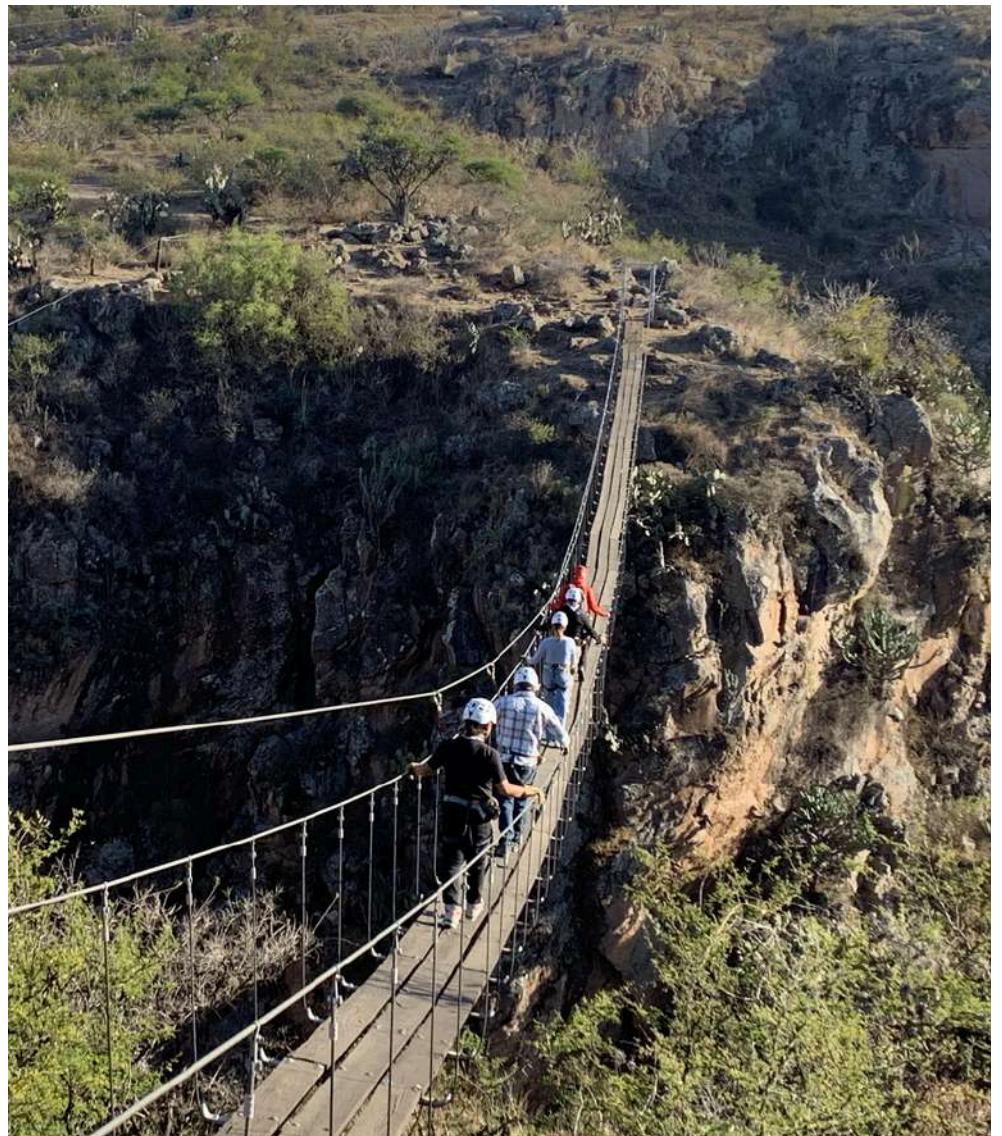
La riqueza natural, prácticamente intacta, permite desarrollar productos que apelan al viajero especializado, pero también a aquel que busca experiencias auténticas, lejos de los circuitos tradicionales.

El valor de esta propuesta no radica únicamente en la diversidad de actividades, sino en su integración.

Guanajuato está construyendo rutas que combinan cabalgata, ciclismo, senderismo y cuatrimotos con experiencias gastronómicas y culturales, generando circuitos completos que amplían la estancia y diversifican el perfil del visitante. Es una estrategia alineada con las nuevas tendencias del turismo: viajes activos, experiencias personalizadas y una conexión más auténtica con el destino.

***El viajero actual no se conforma con observar. Quiere interactuar, explorar, moverse. Quiere sentir.***

Y en ese contexto, la aventura deja de ser un complemento para convertirse en un eje de desarrollo turístico. Un camino que no solo diversifica la oferta, sino que abre nuevas oportunidades para operadores, comunidades y segmentos de mercado.





## Dallas se prepara para el Mundial 2026: Una ciudad diseñada para vivir el fútbol más allá del estadio

La cuenta regresiva rumbo a la **Copa Mundial de la FIFA 2026** ya se siente en **Dallas**. La ciudad se está transformando en un escenario integral donde cada barrio, museo, calle y recinto se suma a una experiencia pensada para el visitante internacional, con un enfoque claro: que el **Mundial** se viva en toda la ciudad, no solo en el estadio.

***Dallas no solo será sede: será punto de encuentro, plataforma cultural y centro operativo del torneo en Norteamérica.***

### UNA SEDE CLAVE CON PESO INTERNACIONAL

Con nueve partidos confirmados, incluida una semifinal, en el **AT&T Stadium**, que durante el torneo operará como **Dallas Stadium**, la ciudad se posiciona como una de las plazas más relevantes del Mundial.

#### LA AGENDA DEPORTIVA:

- 14 de junio: Países Bajos vs. Japón
- 17 de junio: Inglaterra vs. Croacia
- 22 de junio: Argentina vs. Austria
- 25 de junio: Japón vs. Suecia
- 27 de junio: Jordania vs. Argentina
- 30 de junio y 3 de julio: dieciseisavos
- 6 de julio: octavos
- 14 de julio: una de las semifinales

Pero Dallas no solo concentrará partidos. También será el centro desde donde el mundo verá el Mundial.

El **Centro de Convenciones Kay Bailey Hutchison** albergará el Centro Internacional de Transmisiones, reuniendo a más de **2,500 medios internacionales**. En términos mediáticos, es uno de los nodos más importantes del torneo.

### EL MUNDIAL FUERA DEL ESTADIO: UNA CIUDAD COMPLETAMENTE ACTIVADA

Durante **junio** y **julio** de **2026**, la urbe estará “completamente activada”, con exposiciones, arte urbano, eventos y experiencias diseñadas para que el visitante tenga siempre algo que hacer, incluso sin boleto para los partidos.

El epicentro de esta experiencia será **Fair Park**, donde se instalará el **FIFA Fan Festival™ Dallas**. Durante **34 días**, del 11 de junio al 19 de julio, este espacio gratuito reunirá a miles de aficionados en un formato que combina transmisiones en vivo, conciertos, experiencias interactivas y activaciones culturales.

### CULTURA, ARTE Y EXPERIENCIAS TEMÁTICAS

Dallas apostó por integrar el fútbol con su oferta cultural. El visitante encontrará una agenda reforzada en museos, espacios públicos y distritos creativos.

#### EXPERIENCIAS MÁS RELEVANTES:

- La exposición *“Fútbol, más que un juego”* en el **Perot Museum of Nature and Science**.
- *“Game Changer: United by Sports”* en el **George W. Bush Presidential Center**
- El **RedBall Project**, una intervención artística itinerante con una pelota gigante que recorrerá la ciudad
- **Main Street**, operará como corredor peatonal con actividades, espectáculos y propuestas gastronómicas durante el torneo.

### LOGÍSTICA Y CONECTIVIDAD: LA BASE DE LA EXPERIENCIA

El **Aeropuerto Internacional Dallas Fort Worth** jugará un papel estratégico como puerta de entrada global, respaldado por un sistema de transporte que conectará de manera eficiente aeropuertos, hoteles, estadio y zonas de entretenimiento.

### HERRAMIENTAS PARA EL VIAJERO

- **Dallas Insider Pass**: un pasaporte gratuito con descuentos y acceso a múltiples atracciones
- **Dallas CityPASS®**: que incluye opciones como visitas al estadio o a **The Star** en Frisco
- Experiencias temáticas como el llamado *“Mundial de las Margaritas”*, que conecta con la identidad local

### UNA APUESTA DE LARGO PLAZO

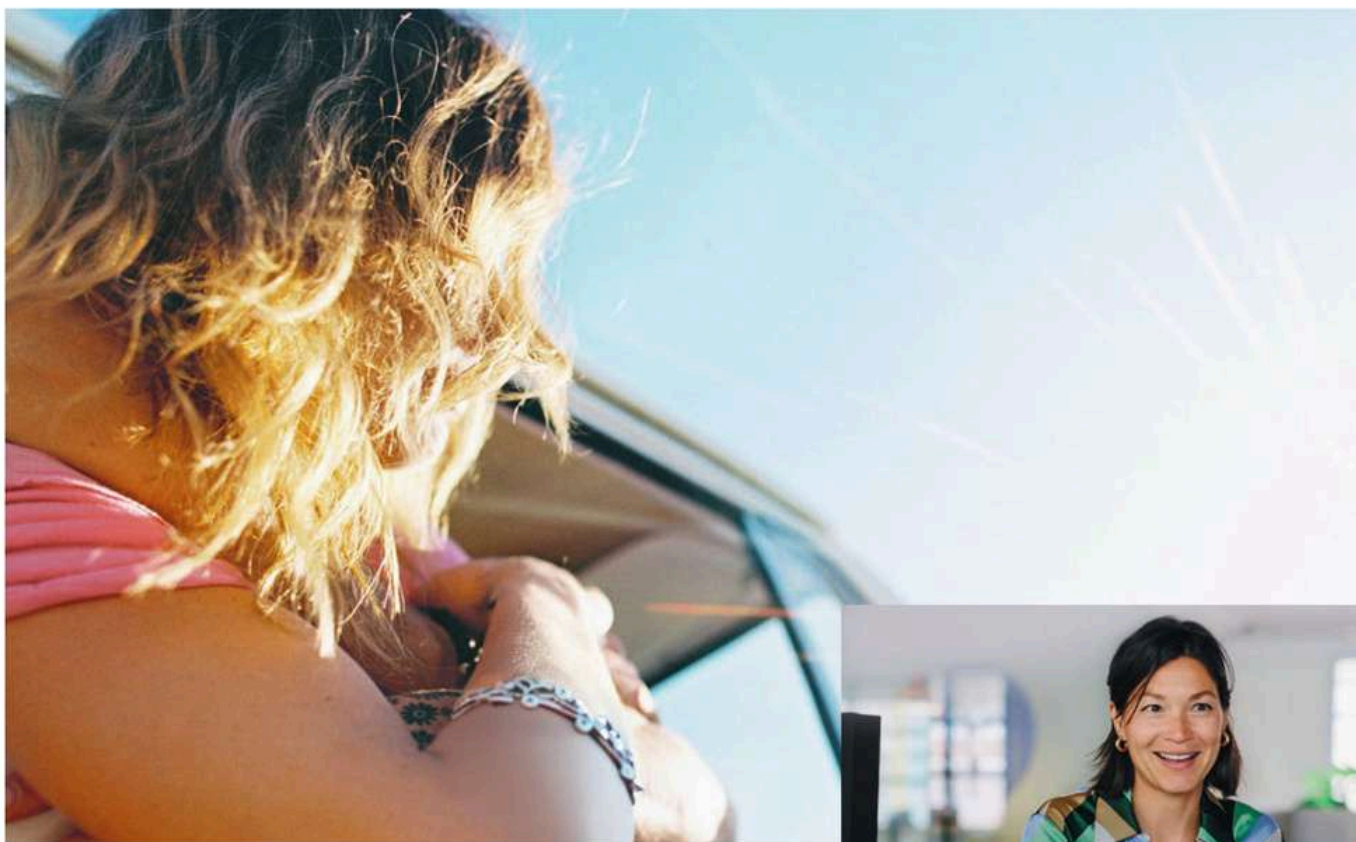
La ciudad busca posicionarse como destino global, aprovechando el Mundial como catalizador de inversión, promoción y desarrollo turístico. La activación cultural, la infraestructura y la integración urbana responden a una estrategia que trasciende el torneo.

Para el mercado mexicano, el mensaje es directo: cercanía, conectividad y una oferta integral que permite combinar fútbol con experiencias culturales, gastronómicas y de entretenimiento.

***Dallas no quiere ser solo una sede del Mundial. Quiere ser el lugar donde el Mundial se viva en toda su dimensión.***

eXperts

LUFTHANSA GROUP



Sencillo. Rápido.  
Con más información.

### eXperts: el programa de ventajas de Lufthansa Group para agencias de viajes

eXperts es el programa para todos/as aquellos/as que deseen estar informados sobre todas las novedades de las compañías aéreas de Lufthansa Group, y disfrutar de ventajas personales. Numerosas funciones prácticas, un diseño moderno y atractivo, y una estructura de contenidos de fácil acceso: eXperts ofrece todo esto y mucho más. La nueva web te ayudará en tu trabajo cotidiano, te mantendrá informado, y te ofrece en un mismo lugar toda la información que necesitas. De esta manera podrás ofrecer a tus clientes un asesoramiento profesional.



Descubre eXperts y todas sus ventajas, ahora  
[business.lufthansagroup.com](https://business.lufthansagroup.com)

### Ventajas de eXperts

-  Información sobre productos, servicios y sobre la red de rutas
-  Breve resumen de todas las noticias
-  Práctica función de búsqueda
-  Consejos a la hora de reservar, políticas y directrices
-  Formularios de autoservicio, teléfonos de contacto y chatbot\*
-  Formación a distancia, webinars y vídeos
-  PEPs, concursos exclusivos y eventos\*

\*No disponible en todos los países.










# Maverick Helicopters:

## El viaje comienza cuando despegamos



**H**ay experiencias que no se cuentan igual después de vivirlas. Volar sobre el desierto de **Nevada** mientras la ciudad de **Las Vegas** se enciende bajo tus pies, descender en el corazón del **Gran Cañón** con una copa de champán en la mano o recorrer desde el aire la costa californiana son momentos que redefinen lo que significa viajar. Así es la propuesta de **Maverick Helicopters**, una firma que ha hecho del cielo su escenario y de la experiencia, su principal argumento.

Con más de tres décadas de operación, la compañía ha perfeccionado una oferta que combina adrenalina, exclusividad y seguridad. No es casualidad que año con año sea reconocida por sus altos estándares operativos: detrás de cada vuelo hay pilotos altamente capacitados, protocolos estrictos y una operación que prioriza la confianza del viajero.

### VER EL MUNDO DESDE OTRA PERSPECTIVA

El portafolio de **Maverick** no se limita a un destino; es una invitación a redescubrir algunos de los lugares más icónicos del mundo desde el aire.

En **Las Vegas**, el recorrido sobre el **Strip** es una de esas experiencias que transforman la percepción de la ciudad. Las luces, la arquitectura y el dinamismo del destino adquieren otra dimensión cuando se observan desde el cielo, en un espectáculo que mezcla lujo y emoción.

Pero es el **Gran Cañón** donde la experiencia alcanza otro nivel. El vuelo, que puede extenderse hasta cinco horas, no solo sobrevuela uno de los paisajes naturales más impresionantes del planeta, sino que incluye aterrizaje en el sitio, tiempo para explorar y detalles cuidadosamente pensados, como un brindis, que convierten el recorrido en un momento memorable.

En **Maui, Hawái**, el enfoque cambia hacia lo natural. Cascadas escondidas, volcanes y selvas exuberantes se revelan en su totalidad desde el aire, ofreciendo una perspectiva que simplemente no existe desde tierra.

Mientras tanto, **Los Ángeles**, el destino más reciente, apuesta por el contraste: desde el glamour de **Beverly Hills** hasta la serenidad de la costa del **Pacífico**, en rutas diseñadas para quienes buscan ver la ciudad desde un ángulo distinto.

### EL VALOR DE LA EXPERIENCIA

Más allá del destino, el diferenciador está en cómo se vive. Cada tour está diseñado para ser parte central del viaje, no un complemento. Es ese tipo de experiencia que el viajero recuerda, y recomienda, y que convierte un itinerario tradicional en uno verdaderamente memorable.

***Maverick se posiciona como ese “extra” que eleva cualquier paquete. No es solo un vuelo: es una historia que comienza desde el despegue***

### MÉXICO, UN MERCADO CLAVE

Consciente del potencial del mercado mexicano, la compañía ha iniciado una estrategia de acercamiento al trade a través de **Sales Internacional**, su representante en el país.

Su apuesta es que operadores y agencias integren estas experiencias desde el diseño del viaje. Porque si bien el cliente suele buscarlas en destino, incluirlas desde origen no solo mejora la planeación, sino que garantiza disponibilidad, mejor precio y una experiencia más completa.

Además, representa una oportunidad directa de negocio. Los esquemas de comercialización contemplan comisiones atractivas, tarifas flexibles, tanto dinámicas como estáticas, y convenios adaptados a las necesidades de cada agencia.

A esto se suma una plataforma de reservaciones ágil, que permite gestionar cambios de manera sencilla, facilitando la operación diaria del agente.

[www.flymaverick.com](http://www.flymaverick.com)



VIAJANDO POR: RUKA - ROVANIEMI

# NAVIDAD EN LAPONIA



Desde

**\$7,999** USD

POR PERSONA EN HABITACIÓN DBL  
IMP Incluidos

Salida  
19 Diciembre  
2026

08 06

Seguro de Viaje



3 noches de alojamiento en Rovaniemi

3 noches de alojamiento en Ruka

Estancia en Santa Claus Village

Cena de Navidad

Paseo en Trineo de Renos

Visita Privada y fotografía familiar con Santa Claus

Paseo en Trineo de Huskies

En busca de la aurora boreal con Raquetas de Nieve

CONTÁCTANOS: [INFO@SAGATRAVEL.COM.MX](mailto:INFO@SAGATRAVEL.COM.MX)

[SAGATRAVEL.COM.MX](http://SAGATRAVEL.COM.MX)

CONTACTO(55) 93 02 97 50

55 42 25 85 58

Sujeto a disponibilidad aérea y terrestre a la fecha de reservación. Tarifas publicadas por persona en Dólares de los Estados Unidos Americanos. Los precios de las cotizaciones, confirmaciones y precios de venta será el resultado de la conversión de la moneda extranjera a moneda nacional y podrán ser pagados en pesos MXN (Moneda Nacional) al tipo de cambio que rija en el lugar y fecha en que se haga el pago único o bien en cada uno de las fechas en que se realicen pagos parciales. Aplica suplemento temporada alta. Este tipo de cambio se determinará conforme a las disposiciones que para esos efectos expidió el Banco de México en los términos de su Ley Orgánica y conforme a lo dispuesto en el Artículo 8° de la Ley monetaria de los Estados Unidos Mexicanos. Las obligaciones de pago en moneda extranjera contraídas dentro de la República Mexicana para ser cumplidas en ésta, se debe solventar en Moneda Nacional al tipo de cambio que rija al momento de efectuarse el pago, o en la moneda extranjera a elección de ambas partes. lo anterior con fundamento en los apartados 5.1.3 y 6.0.4 de la Norma Oficial Mexicana NOM-010-TUR-2001. sagatravel.com.mx CONTACTO (55) 93 02 97 50 Sujeto a disponibilidad aérea y terrestre a la fecha de reservación. Tarifas publicadas por persona en Dólares de los Estados Unidos Americanos. Los precios de las cotizaciones, confirmaciones y precios de venta será el resultado de la conversión de la moneda extranjera a moneda nacional y podrán ser pagados en pesos MXN (Moneda Nacional) al tipo de cambio que rija en el lugar y fecha en que se haga el pago único o bien en cada uno de las fechas en que se realicen pagos parciales. Aplica suplemento temporada alta. Este tipo de cambio se determinará conforme a las disposiciones que para esos efectos expidió el Banco de México en los términos de su Ley Orgánica y conforme a lo dispuesto en el Artículo 8° de la Ley monetaria de los Estados Unidos Mexicanos. Las obligaciones de pago en moneda extranjera contraídas dentro de la República Mexicana para ser cumplidas en ésta, se debe solventar en Moneda Nacional al tipo de cambio que rija al momento de efectuarse el pago, o en la moneda extranjera a elección de ambas partes. lo anterior con fundamento en los apartados 5.1.3 y 6.0.4 de la Norma Oficial Mexicana NOM-010-TUR-2001. © 55 45 25 85 58

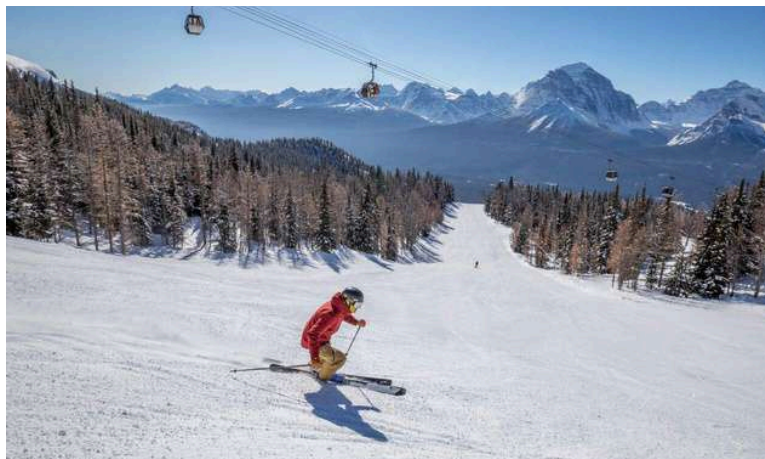


SAGA  
TRAVEL



# Alberta:

## Mucho más que montañas



### Un destino que se vive entre cultura, sabor y naturaleza

**A**lberta entra en su mejor temporada y redefine su narrativa turística. Lejos de la imagen tradicional asociada al invierno, la provincia canadiense despliega, de cara a la primavera y el verano, una oferta robusta donde conviven la cultura vaquera, la riqueza indígena, la gastronomía local y experiencias únicas que van desde dinosaurios hasta ranchos auténticos.

El punto de partida es **Calgary**, una ciudad vibrante que combina modernidad con una fuerte identidad del oeste canadiense. Aquí, la experiencia no se limita a lo urbano: se vive en la calle, en su gente y, sobre todo, en sus tradiciones. El momento cumbre es el **Calgary Stampede**, el rodeo al aire libre más grande del mundo, que durante diez días transforma la ciudad en una celebración total con conciertos, espectáculos y encuentros culturales que conectan directamente con la esencia del destino.

Pero Alberta también se saborea. La calidad de su carne de res, la producción local de granos y una escena creciente de cervecerías artesanales han posicionado al destino como una parada obligada para el turismo gastronómico. Los recorridos especializados permiten descubrir una cocina con identidad, donde lo local cobra protagonismo.

Uno de los diferenciales más sólidos de Alberta es la integración de las **Primeras Naciones** a la oferta turística. No se trata de experiencias escenificadas, sino de un acercamiento genuino a su cosmovisión, su historia y su relación con la naturaleza. Ranchos culturales, encuentros tradicionales y experiencias inmersivas permiten al viajero entender el territorio desde una perspectiva más profunda.

En el sur de la provincia, el relato cambia por completo. Alberta presume uno de los yacimientos de fósiles más importantes de Norteamérica, con el **Royal Tyrrell Museum** como gran protagonista. Aquí, los dinosaurios dejan de ser una referencia lejana para convertirse en una experiencia tangible, complementada por paisajes de badlands que aportan una estética completamente distinta al viaje.

La esencia vaquera se mantiene vigente en los ranchos, donde el viajero puede montar a caballo, recorrer grandes extensiones naturales y convivir con una forma de vida que sigue siendo parte fundamental del **ADN** del destino. Es una experiencia auténtica, sin artificios, que conecta con quienes buscan algo más que un viaje tradicional.

Y, por supuesto, la naturaleza sigue siendo uno de los grandes pilares. Parques como **Banff** y **Jasper**, junto con rutas escénicas como **Icefields Parkway**, ofrecen un escenario ideal para caminatas, avistamiento de fauna y recorridos al aire libre. En esta temporada, la experiencia se centra en el contacto directo con el entorno: lagos turquesa, bosques abiertos y vida salvaje que aparece sin previo aviso.

Hoy, Alberta se posiciona como un destino completo, diverso y altamente competitivo para el mercado internacional. Una propuesta que va más allá del paisaje y que responde a la demanda de un viajero que busca autenticidad, experiencias con propósito y conexión real con el destino.

#### CLAVES DE ALBERTA:

- Cultura vaquera viva con experiencias como el **Calgary Stampede**
- Gastronomía basada en producto local, carne de res y cervezas artesanales
- Integración auténtica de las **Primeras Naciones** en la oferta turística
- **Ruta de los dinosaurios** con uno de los museos más importantes de Norteamérica
- Experiencias en ranchos que conectan con el espíritu del oeste canadiense
- **Naturaleza activa:** hiking, rutas escénicas y avistamiento de fauna
- Diversidad de producto que permite itinerarios más completos y diferenciados



# AGENDA TURÍSTICA

## 20 DE ABRIL AL 20 DE MAYO

### 18 DE ABRIL - 10 DE MAYO:

Feria Nacional de San Marcos -  
Aguascalientes



### 27 AL 30 DE ABRIL:

50° edición del Tianguis Turístico México 2026 -  
Acapulco, Guerrero



### 30 DE ABRIL - 3 DE MAYO:

Festival Flores y Jardines: FYJA -  
Polanco, CDMX



### 01 AL 10 DE MAYO:

Feria Nacional del Libro de León (FENAL) -  
León, Guanajuato



### 26 DE MAYO:

Travesía Sagrada Maya -  
Parque Xcaret, Playa del Carmen, Quintana Roo

# CANCELADO

# RADIO PASILLO

Por Guille Sánchez

La aviación mexicana entra a una etapa particularmente sensible. No por falta de crecimiento, que lo hay, sino por la presión que empieza a acumularse desde distintos frentes: operación, infraestructura, eventos internacionales y, sobre todo, la exigencia de un mercado que ya no perdona improvisaciones.

En ese contexto, lo ocurrido con Magnicharters no pasó desapercibido. Más allá del caso específico, lo que volvió a quedar en evidencia es lo vulnerable que puede ser el sistema cuando una aerolínea deja de operar de forma abrupta. Pasajeros afectados, itinerarios detenidos y destinos reaccionando en tiempo real para mitigar impactos.

La actuación de la Agencia Federal de Aviación Civil fue inmediata, pero deja una lectura más amplia: la necesidad de reforzar la solidez operativa y la certidumbre en un sector donde cualquier falla se amplifica.

El Aeropuerto Internacional de la Ciudad de México atraviesa una etapa compleja, con obras, ajustes y adecuaciones que avanzan mientras la terminal mantiene uno de los niveles de actividad más altos del país.

Modernizar una infraestructura de esta escala nunca es sencillo, y hacerlo sin detener la operación implica una presión constante en flujos, tiempos y procesos. Para el pasajero, esa tensión se traduce en una experiencia que todavía presenta áreas de mejora; para la industria, en la necesidad de mantener la eficiencia bajo condiciones exigentes.

En paralelo, el sector turístico se prepara para uno de sus momentos más relevantes del año. El Tianguis Turístico México 2026 llega a su edición número 50 con una narrativa que ha evolucionado de forma clara en los últimos años: dejar de ser únicamente una vitrina nacional para consolidarse como una plataforma con alcance internacional.

La presencia de compradores extranjeros, el incremento en citas de negocio y la diversificación de mercados apuntan en esa dirección. Sin embargo, el verdadero impacto del Tianguis no se mide en los días del evento, sino en lo que ocurre después: rutas que se abren, frecuencias que se sostienen y destinos que logran capitalizar ese interés.

La Copa Mundial de la FIFA 2026 ya empieza a sentirse en la planeación de estados, ciudades y actores del sector. La preparación avanza en distintos niveles: promoción, infraestructura, coordinación institucional. Pero, en el fondo, el reto es mucho más concreto: responder con eficiencia a un flujo internacional que exigirá precisión operativa en cada punto del viaje. Desde la llegada al país hasta la movilidad interna, cada eslabón contará.

En ese escenario, la aviación juega un papel determinante. No solo como medio de transporte, sino como el primer y último contacto del visitante con el destino. La conectividad, la puntualidad, la capacidad de respuesta y la experiencia del usuario dejan de ser variables aisladas para convertirse en un todo que define la percepción del país.

México tiene una demanda turística creciente, eventos internacionales en puerta y una plataforma comercial que busca posicionarse a nivel global. Pero todo eso depende, en buena medida, de que la aviación acompañe ese ritmo con eficiencia y estabilidad.

No se trata de crecer. Se trata de hacerlo bien.



# HORÓSCOPOS

LECTURAS DEL MOSTRADOR, DECISIONES DEL MES Y UN DESTINO QUE SE VENDE MEJOR



ARIES

Momento ideal para cerrar alianzas y consolidar tu reputación como experto. Este traerá estabilidad económica o la llegada de esos clientes de alto perfil que tanto habías buscado. No permitas que la carga administrativa opaque tu visión estratégica.

**Destino ideal del mes:**  
Al-Ula, Arabia Saudita



TAURO

Abril se presenta como un mes de plenitud emocional y profesional. Las recomendaciones de clientes satisfechos serán tu mayor activo este mes. Confía en la fidelización. Evita los conflictos innecesarios, no entres en guerras de precios destructivas

**Destino ideal del mes:**  
Lago Tekapo, Nueva Zelanda



GÉMINIS

Aprovecha para diversificar tu cartera de productos. Esa idea "joven" que tienes en mente puede ser muy rentable si le das la estructura adecuada. La competencia te obliga a ser mejor, no a ser más ruidoso. Enfócate en la rentabilidad y en el servicio al cliente de guante blanco.

**Destino ideal del mes:**  
Oporto, Portugal



CÁNCER

Prepárate para lo inesperado. Ten un plan de contingencia a mano y no te aferres a procesos obsoletos. La flexibilidad será tu mejor herramienta de ventas. Deja que el cambio ocurra para que puedas liberarte de la ansiedad y empezar de cero con más fuerza.

**Destino ideal del mes:**  
Reynisfjara, Islandia



LEO

No fuerces los cierres de ventas este mes. Usa este tiempo para especializarte, estudiar nuevos nichos y dejar que la estrategia madure. La discreción es tu mejor aliada. No compartas tus planes antes de tiempo; deja que tu intuición te guíe hacia la próxima gran oportunidad.

**Destino ideal del mes:**  
Paro, Bután



VIRGO

No te desgastes en discusiones con colegas o proveedores difíciles. Es mejor cambiar de ruta o de socio que intentar ganar una pelea que no te deja beneficios. La logística será tu tabla de salvación. Confía en el orden y en la planificación para transitar hacia este nuevo capítulo profesional.

**Destino ideal del mes:**  
Bergen, Noruega



LIBRA

Es un buen mes para la contabilidad y para asegurar los activos de tu agencia, pero evita parecer inaccesible ante nuevas propuestas de socios comerciales. Recuerda que el éxito en el turismo es una carrera de resistencia, no de velocidad.

**Destino ideal del mes:**  
Zermatt, Suiza



ESCORPIO

No te fuerces a ser el centro de atención. Deja que los resultados hablen por ti y enfócate en fortalecer los vínculos emocionales con tus aliados. El éxito no vendrá por la fuerza, en el turismo, la empatía es el mayor valor añadido.

**Destino ideal del mes:**  
Mascate, Omán



SAGITARIO

Estás en una racha de gran creatividad y solvencia. Aprovecha para sembrar y promocionar, pero ten paciencia con los procesos que dependen de terceros o de normativas globales. No dejes que el retraso en la meta final apague tu fuego, el éxito es tuyo.

**Destino ideal del mes:**  
Brisbane, Australia



CAPRICORNIO

Prepárate para una carga de trabajo intensa pero muy productiva. Es el momento ideal para lanzar campañas de última hora o resolver crisis logísticas con eficiencia. La claridad en la comunicación evitará errores en medio de la rapidez del mes.

**Destino ideal del mes:**  
Marina Bay, Singapur



ACUARIO

No temas dejar ir cuentas o métodos que ya no funcionan. El vacío que dejes será llenado rápidamente por proyectos mucho más rentables y creativos. Confía en tu instinto de hospitalidad. La gente busca calidez y abundancia; ofréceles el mundo y ellos te darán su lealtad.

**Destino ideal del mes:**  
La Toscana, Italia



PISCIS

El éxito vendrá de tu capacidad para comunicar noticias frescas y de tu habilidad para manejar dos proyectos grandes simultáneamente. No digas que no a las invitaciones sociales; la información que obtendrás de la industria será oro puro para tus ventas.

**Destino ideal del mes:**  
Málaga, España



ESCANEA Y  
DESCUBRE MÁS



# PUERTO VALLARTA



PUERTO VALLARTA

**#AquíYAhora**



**¡ah Chihuahua!**

EL MÉXICO QUE NO CONOCES

D E S C U B R E

# CHIHUAHUA

Entre montañas, cañones  
y experiencias que transforman.



[visitachihuahua.mx](http://visitachihuahua.mx)