



Transformación

**Darío
Celis
Estrada**

@dariocelise



FITUR Y LA VENTANA DEL MUNDIAL



JOSEFINA
RODRÍGUEZ

MAURICIO
KURI

— **ESTÁ INICIANDO, EN** Madrid, la edición 46 de la Feria Internacional de Turismo (Fitur), en la que nuestro país es invitado principal en Fitur 2026, el evento turístico más influyente para Europa y América Latina.

— Y no hay que ver esto como un simple gesto diplomático ni un premio a la promoción; es una oportunidad económica concreta que coincide con el mayor evento global que hospedará el país, el Mundial de Fútbol 2026, que se suma a otros como el Gran Premio de México, que promueve **Alejandro Soberón**, el dueño de CIE.

La combinación no se repetirá pronto y su impacto dependerá, más que de la narrativa, de la ejecución.

Y es que México sigue siendo un destino atractivo: el sexto más visitado a nivel mundial y el segundo en el continente americano.

En 2025, el país alcanzó 88.1 millones de visitantes internacionales, un crecimiento cercano al 15% anual, mientras que los ingresos por divisas turísticas superaron los 21 mil 600 millones de dólares entre enero y



ALEJANDRO
SOBERÓN



julio, según la Secretaría de Turismo, que encabeza **Josefina Rodríguez Zamora**.

La meta turística de nuestra nación es *escalar* al quinto lugar global hacia 2030. Fitur es uno de los pocos espacios donde esa ambición puede transformarse en alianzas reales.

La relevancia de Fitur 2026 no está sólo en los *reflectores*, sino en su capacidad para *detonar* negocios. La feria reunirá más de 10 mil empresas, 161 países y cerca de 255 mil visitantes, con un impacto económico estimado de 500 millones de euros para Madrid.

México no competirá por atención, en realidad la concentra. Contar con el pabellón más grande, integrar por primera vez a los 32 estados y llevar activaciones fuera del recinto ferial, convierten al país en el eje de conversaciones entre aerolíneas, turoperadores, fondos de inversión, desarrolladores hoteleros y proveedores tecnológicos.

Por lo que es importante aprovechar este gran escaparate, Fitur, que preside **Juan Arrizabalaga**, y pasar de la promoción turística a una agenda de inversión y negocios.

Fitur 2026 permite a México vender algo más sofisticado que destinos, que es la conectividad aérea, infraestructura, turismo deportivo, médico y de congresos, inversión inmobiliaria, proyectos sustentables y cadenas de suministro orientadas al Mundial.

El turismo deja de ser sólo experiencia para convertirse en plataforma económica de largo plazo.

No todos los estados llegarán igual a esta coyuntura. Ciudad de México, que gobierna **Clara Brugada**, Jalisco, al mando de **Pablo Lemus**, y Nuevo León, que lleva **Samuel García**, como sedes mundialistas, parten con ventaja natural.

CDMX concentra turismo cultural, corporativo y de congresos, además de ser el principal nodo aéreo del país; Jalisco combina marca global, gastronomía, industria creativa y playa, con Guadalajara como *hub* tecnológico.

Por su parte, Nuevo León capitaliza su perfil de negocios, eventos internacionales y *nearshoring*, con Monterrey como *puerta* a la inversión extranjera. En estos tres casos, Fitur puede traducirse casi de inmediato en mayor ocupación hotelera, más vuelos, crecimiento de tarifas promedio y expansión de servicios.

Sin embargo, el verdadero potencial está en los estados capaces de capturar la derrama extendida del Mundial.

El gobierno de **Mara Lezama**, en Quintana Roo, debe aprovechar la posición que tiene el estado como base logística y turística para visitantes internacionales que entran por la CDMX. Yucatán y Oaxaca, de **Joaquín**



JUAN ARRIZABALAGA



RODRIGO DE LA PIEDRA

Díaz Mena y **Salomón Jara**, respectivamente, conectan con el viajero europeo que busca cultura, gastronomía y experiencias auténticas.

Mientras que **Marina del Pilar Ávila** busca que Baja California se consolide en turismo gastronómico, médico y de lujo.

En tanto, los gobiernos panistas de Querétaro y Guanajuato, que encabezan **Mauricio Kuri** y **Libia Denisse García**, respectivamente, fortalecen su papel en turismo industrial, enológico y de reuniones.

Fitur es el espacio donde estos destinos pueden cerrar acuerdos que los integren a rutas mundialistas más amplias.

El Mundial de Fútbol de este año añade presión y urgencia, ya que se estima que México podría recibir más de cinco millones de visitantes adicionales en 2026, pero el reto no es cuántos llegan, sino cuántos se quedan y dónde gastan.

LA VENTA DE autos nuevos tuvo un crecimiento de 1.3% en 2025 respecto al año previo, de acuerdo a cifras del Inegi, el mayor en los últimos ocho años, un incremento en parte debido a que algunas marcas chinas se sumaron al registro. Asimismo, la venta de vehículos seminuevos creció 4.9 por ciento.

Es un hecho que aunque existan nuevos jugadores con autos más baratos, el consumidor continúa buscando autos seminuevos. En un principio, Kavak, la plataforma digital de compra-venta de autos que dirige **Carlos García Ottati**, encontró en este escenario una oportunidad de negocio, haciéndose rápidamente de un inventario amplio de vehículos, incluyendo la oferta de autos nuevos, expandiéndose a otros países de América Latina y ofreciendo créditos. Sin embargo, la *burbuja* parece haber llegado a su límite. En abril del año pasado, la valoración de mercado de Kavak cayó a dos mil 200 millones de dólares, 75% de su valoración de ocho mil 700 millones de 2021. La expansión parece insostenible, pues cerraron operaciones en Perú y Colombia y, lo más serio, el *stock* de autos creció demasiado, pero sin movimiento. Por el contrario, en los últimos cuatro años y con un crecimiento sostenido, Wahu, la *autotech* que dirige **Rodrigo de la Piedra**, ha resuelto el problema con un *stock* dinámico gracias a que, además de la compra-venta de autos nuevos y seminuevos, es la única plataforma especializada en el arrendamiento de seminuevos, con opciones flexibles sin enganche, con una cuota mensual fija que cubre seguro y mantenimiento, cambio de vehículo, además de los beneficios fiscales de ello.



MARA LEZAMA



LA CLAUSURA DE la pedrera Matrimar, en Cerralvo, Nuevo León, tendría un trasfondo más allá de lo ambiental. En círculos locales se señala que **Baltazar Martínez Montemayor** y su hijo, **Baltazar Martínez Ríos**, personajes ligados por años



al control político del municipio y cercanos al grupo que opera la empresa, intentaron reciclar su capital político al migrar del PAN a Movimiento Ciudadano, con la intención de conservar influencia bajo el nuevo poder estatal. El problema fue que el *salto* nunca convenció del todo. Dentro de MC siempre se les vio como actores del viejo panismo, más interesados en *sobrevivir* que en sumarse al proyecto naranja. Esa desconfianza pesó cuando la Secretaría de Medio Ambiente, encabezada por **Raúl Lozano Caballero**, documentó la existencia de pozos clandestinos de extracción de agua y procedió a la clausura de la pedrera. Ahí se *rompió* cualquier manto de protección política. Tras el cierre, aseguran fuentes cercanas al proceso, hubo intentos de recomponer puentes con **Samuel García** y su administración, pero el margen ya no existía. En política, como en los negocios, cuando se *rompe* el pacto, no hay marcha atrás.

