



Fondo Mixto, 15 proyectos y obligarán a rendición de cuentas

El Fondo Mixto de Promoción Turística de la Ciudad de México, de repente, fue noticia. Vinieron críticas por considerarlo un mecanismo opaco, mediante el cual va el dinero público proveniente del impuesto al hospedaje y, de ahí, a través de bancos privados, se pierde el dinero público.

Le preguntamos a **Juan Pablo de Botton**, secretario de Finanzas de la Ciudad de México. Y la respuesta fue tranquilizadora.

BBVA PRESTA; HSBC VIGILA

Comencemos por el tema de los bancos.

En efecto, el Fondo Mixto sí recibió un financiamiento bancario (certificado fiduciario) por cuatro mil millones de pesos, lo cual le funcionará para potencializar sus obras. Este financiamiento bancario estará siendo pagado a través del impuesto de hospedaje de la Ciudad de México, en un periodo de cinco años.

Fue el 24 de junio de 2025 cuando el Comité Técnico del Fondo Mixto autorizó el certificado fiduciario donde participó BBVA, dirigido por **Eduardo Osuna**.

Y HSBC también tuvo un papel importante. HSBC, encabezado por **Jorge Arce**, será el garante del patrimonio.

Para evitar conflicto de intereses, donde el mismo banco que da el financiamiento (BBVA) sea el que vigile el patrimonio, mejor dentro de HSBC se constituyó el fideicomiso maestro, con lo cual desde ahí se vigilará el patrimonio del fideicomiso.

DESDE TREN LIGERO HASTA VIDEOCÁMARAS

La entrada de los dos bancos es un avance. Hay quien cree que se trata de un mecanismo oculto. Nada de eso. Al contrario, el financiamiento bancario, donde un banco presta, pero el otro vigila, funciona para potenciar el dinero con el que cuenta el fideicomiso y, así, construir muchas más obras. ¿Qué tipo de obras se pueden hacer? Varias, ya van quince proyectos de obras en marcha.

Por ejemplo:

El tren ligero de Taxqueña a Xochimilco, con 15 trenes, saldrá del fideicomiso. Y es ahí donde se encuentra el Estadio Azteca, que será sede por tercera ocasión de la inauguración del Mundial de Fútbol.

También habrá un trolebús de CU al Estadio Azteca.

En la Ciudad de México también se están instalando 30

mil cámaras de videovigilancia.

O bien, el Metro por fin tiene su mayor presupuesto de los últimos años, con remodelaciones y mantenimiento de la Línea 1 y la Línea 3. O se tiene un programa de repavimentación en varias alcaldías.

REPRESENTANTES DEL GOBIERNO Y SECTOR PRIVADO, FILTROS

Además, el tema del rendimiento de cuentas es clave.

No sólo está el arreglo bancario, donde BBVA aportó el financiamiento, pero el vigilante será HSBC. También se encuentra, dentro del artículo 46 de la Ley de Turismo de la Ciudad de México, que el Comité Técnico del fideicomiso esté compuesto por cinco representantes del sector privado, más otros cinco representantes del Gobierno de la Ciudad de México, más un representante de una alcaldía.

El Fideicomiso Mixto debe y va a estar vigilado.

Y sí es una buena idea que el impuesto al hospedaje, desde luego, ayude a la indispensable promoción del destino turístico, que en este caso es la Ciudad de México, pero también apoye con obras de largo plazo que se queden y vayan creando infraestructura clave para atraer más turismo. Por cierto, el director del Fondo Mixto de Promoción Turística de la Ciudad de México es **Carlos Martínez**, quien está viendo cómo financiar a las micro y pequeñas empresas que forman 90% de las empresas turísticas.

CONSEJO HOTELERO DEL CARIBE, FALTA PROMOCIÓN

David Ortiz Mena es el presidente del Consejo Hotelero del Caribe Mexicano, y si bien reconoció a Quintana Roo por tener políticas de promoción del destino, también es cierto que, al compararse con otros países, la promoción del Caribe mexicano es pequeña. Daba el ejemplo de España. Cada año, un millón de mexicanos viaja a España. Pero sólo 270 mil españoles viajan a México.

España, como otros países, cuenta con promoción turística del país. Y esto es lo que están pidiendo los hoteleros del Caribe mexicano, tener promoción federal.

Ortiz Mena plantea el uso del Derecho de Visitante (DNR) para acciones conjuntas de promoción turística.

No sería necesario regresar a estrategias del pasado, pero la promoción federal para el turismo mexicano, con nuevos esquemas, mixtos, sí es indispensable.

