



La contradicción en el trato con la corona española

La participación de México en la Feria Internacional de Turismo (FITUR), celebrada anualmente en Madrid, suele presentarse como una oportunidad estratégica para fortalecer la promoción del país, atraer inversiones y consolidar alianzas con mercados clave, particularmente el europeo.

No obstante, el balance de la más reciente edición deja más dudas que resultados tangibles. Sobre todo, si se observa con atención el desempeño de una delegación mexicana integrada por un número considerable de funcionarios estatales y federales. Su protagonismo difícilmente se tradujo en beneficios concretos para el sector turístico nacional.

Más allá de los discursos optimistas y las fotografías difundidas en redes sociales, FITUR volvió a exhibir una práctica recurrente en la administración pública mexicana: el uso de foros internacionales como escaparates personales y espacios de recreación política.

Para muchos de los representantes que acudieron a Madrid, la feria pareció ser menos una plataforma de trabajo y más un paseo institucional financiado

DESDE SAN LÁZARO

**Alejo
Sánchez Cano**

Opine usted:
opinion@elfinanciero.com.mx

con recursos públicos.

En muchos casos, las agendas oficiales se limitaron a inauguraciones simbólicas, recorridos por pabellones y encuentros protocolares sin seguimiento, métricas ni compromisos verificables.

Resulta particularmente llamativo que, pese a la numerosa presencia de secretarios de turismo estatales, alcaldes, legisladores y funcionarios federales, no se hayan anunciado acuerdos de gran calado, inversiones sustantivas ni estrategias innovadoras que posicionen a México de forma diferenciada frente a otros destinos competidores.

Mientras países con delegaciones más compactas acudieron con objetivos claros, portafolios de proyectos bien estructurados y mensajes alineados con sus políticas de desarrollo, México volvió a

apostar por la cantidad antes que por la efectividad.

Esta dinámica refuerza la percepción de que FITUR se ha convertido, para ciertos actores políticos, en una pasarela de autopromoción. Trajes típicos, conferencias improvisadas y mensajes grandilocuentes sustituyeron a la planeación técnica, al análisis serio de mercados y a la profesionalización de la promoción turística.

El turismo, uno de los pilares económicos del país —generador de divisas, empleo y desarrollo regional—, exige mucho más que presencia mediática y buenas intenciones.

Sin embargo, sería un error colocar a todos los actores en el mismo costal. En contraste con el desempeño errático de buena parte de la delegación, destaca el trabajo del embajador de México en España, Quirino Ordaz Coppel, quien ha optado por una diplomacia discreta, constante y eficaz.

A pesar del rechazo abierto que enfrenta desde el ala más radical de Morena, el embajador ha sabido tejer fino en el país ibérico, construyendo puentes con empresarios, fondos de inversión y grupos hoteleros españoles interesados en expandir su presencia en México.

La labor de Ordaz se ha concentrado especialmente en la industria de la hospitalidad,



un sector en el que España es potencia global y México un destino natural por su conectividad, diversidad turística y potencial de crecimiento.

Lejos de los reflectores y la estridencia ideológica, el embajador ha privilegiado reuniones de trabajo, interlocución permanente y una narrativa centrada en la certidumbre jurídica, la rentabilidad y la cooperación de largo plazo. Es, precisamente, este enfoque el que debería marcar la pauta de la presencia mexicana en ferias como FITUR.

El valor de esta diplomacia adquiere mayor relevancia si se considera el contexto político que ha marcado la relación entre el gobierno de México y la corona española. En los últimos años, el vínculo bilateral ha estado condicionado por tensiones discursivas, exigencias simbólicas y una narrativa histórica que ha generado fricciones innecesarias. En ese entorno, recomponer confianzas y atraer capital español no es tarea menor, y mucho menos automática.

La contradicción es evidente: mientras desde ciertos sectores del poder se mantiene un discurso distante —cuando no abiertamente hostil— hacia España y su monarquía. Se aprovecha la infraestructura, el prestigio y la visibilidad de una feria organizada bajo el auspicio de la corona española para proyectar

una imagen turística positiva.

Esta ambivalencia no solo resta coherencia a la política exterior mexicana, sino que debilita su posicionamiento como socio serio y confiable. Frente a ello, la labor de diplomáticos con oficio resulta clave para evitar que la retórica política termine por cerrar oportunidades económicas reales.

FITUR debería ser, ante todo, un espacio de diplomacia económica y cultural, no un escenario de incongruencias ni de turismo político. La experiencia reciente demuestra que cuando hay estrategia, profesionalismo y visión de Estado, los resultados son posibles. Cuando no los hay, la feria se reduce a un desfile costoso y estéril.

El balance final deja una lección clara: México necesita menos funcionarios paseando por pabellones y más diplomacia efectiva; menos protagonismo personal y más política pública orientada a resultados.

En un país con enormes retos económicos, el uso responsable de los recursos públicos y la atracción estratégica de inversión no son opcionales, sino indispensables.

Porque al final, el turismo —como la economía— no se construye con discursos ni con fotografías, sino con trabajo serio, coherencia política y resultados concretos.