



Foro Binacional de Inversión Hotelera

CORREDOR COSTERO

Tijuana | Rosarito | Ensenada

Baja California

tiene la tierra, el destino y el mercado.

El Foro Binacional de Inversión Hotelera el 27 de Agosto del 2026, en el Baja California Center, organizado por Luis Bustamante reunió a quienes tienen la experiencia para convertir ese potencial en hoteles.

Hay regiones que tienen turismo.

Hay regiones que tienen inversión.

Hay regiones que tienen una ubicación privilegiada.

Baja California tiene las tres.

Sin embargo, existe una pieza que todavía necesita crecer al ritmo de todo lo demás: **la infraestructura hotelera.**

El corredor costero Tijuana–Rosarito–Ensenada combina mar, conectividad con California y una amplia oferta turística: gastronomía, aventura, turismo médico, enoturismo e inversión inmobiliaria.

Para convertir este potencial en una industria turística de mayor escala, se necesitan más hoteles, habitaciones y nuevos proyectos que respondan a la demanda actual y futura.

LUIS BUSTAMANTE
Director del Foro
Hotelero

MIGUEL ANGEL BADIOLA
Secretario de Turismo de
Baja California

ANA ALICIA MENESES
Presidenta del CDT

ALAN BAUTISTA
Comisión de Turismo y
Desarrollo Económico de
Rosarito



IRÁN LEONARDO VERDUGO
Secretario de Desarrollo Económico y
Turismo de Rosarito

MICHELLE GUERRERO
Subsecretaria de Economía de B.C.

CESAR RIVERA
Presidente CCDER

De ahí nació una pregunta muy concreta:

**¿QUÉ NECESITAMOS HACER PARA QUE
GRANDES PROYECTOS HOTELEROS LLEGUEN
A LA COSTA DE BAJA CALIFORNIA?**

*La pregunta parece sencilla.
La respuesta no lo es.*

Por eso este foro **no** nació para hablar
solamente de hoteles.

**NACÍÓ PARA HABLAR DE
CÓMO HACERLOS REALIDAD.**



Construir un hotel requiere mucho más que encontrar
un terreno frente al mar.

Se necesita conocer el mercado. Entender al visitante.
Definir un producto. Encontrar capital. Estructurar una
inversión. Elegir una marca. Diseñar la operación.
Cumplir con las condiciones de infraestructura y
regulación. Y, finalmente, lograr que todo eso funcione
como un negocio sostenible.

La respuesta no podía venir de un solo sector.



LUIS RENE SANCHEZ
AIMBRIDGE LATAM

CECILIA SÁNCHEZ
HILTON DEVELOPMENT

LUIS ALBERTO TITO
BWH HOTELS

ROBERTO SCHARRER
WYNDHAM HOTELS & RESORTS

OSCAR CHÁVEZ
IHG HOTELS DEVELOPMENT



LUIS RENE SÁNCHEZ
AIMBRIDGE LATAM

Necesitábamos sentar en la misma mesa a quienes conocen la región, a quienes tienen proyectos y tierra disponible, a quienes cuentan con capital, a quienes financian, a quienes desarrollan y, especialmente, a quienes saben cómo operar y posicionar un hotel.

Cuando los grandes jugadores voltean hacia Baja California

Uno de los grandes objetivos del foro fue precisamente ese: acercar a Baja California a los grandes jugadores de la industria hotelera.

El encuentro reunió a desarrolladores, inversionistas, empresarios hoteleros, representantes de gobierno, instituciones financieras, consultores, operadores y grandes marcas internacionales.

Marcas como **Aimbridge, IHG, BWH, Hilton y Wyndham, entre otros** especialistas y participantes del sector, llegaron a Baja California para compartir experiencia, explicar modelos de operación y franquicia, hablar de financiamiento y, sobre todo, conocer de primera mano las oportunidades que existen en la región.

Esto es importante porque el mensaje no fue solamente:

"Aquí hay una oportunidad."

El mensaje también fue:

"Estamos aquí para explicar cómo convertir esa oportunidad en un proyecto."



UN HOTEL NO COMIENZA CUANDO SE COLOCA LA PRIMERA PIEDRA. COMIENZA MUCHO ANTES.

Comienza identificando una oportunidad, analizando el mercado, definiendo el producto, evaluando su viabilidad, estructurando el capital, seleccionando una marca u

operador y construyendo un modelo que pueda ser rentable a largo plazo. Por eso, durante el foro se habló de algunos de los temas que realmente determinan si un proyecto hotelero puede convertirse en realidad: **financiamiento, estructuración de capital, franquicias, operación, marcas internacionales, desarrollo y casos de éxito.**

Y ahí estuvo una de las mayores aportaciones del encuentro. Nombres que normalmente encontramos asociados con destinos turísticos consolidados, grandes ciudades y mercados internacionales. **Esta vez estaban en Baja California.**

Y no llegaron solamente para escuchar, llegaron para compartir, para explicar cómo evalúan un mercado, qué buscan en un proyecto, qué necesita un desarrollador para trabajar con una marca, cómo funciona una franquicia, cómo se estructura el capital, qué papel juega un operador, y qué condiciones pueden hacer que un proyecto pase de ser una idea a convertirse en una inversión.

Esa fue quizá una de las imágenes más poderosas del foro:

Los grandes jugadores de la hotelería mirando hacia Baja California.



Los empresarios y desarrolladores de Baja California tuvieron la oportunidad de escuchar directamente de los expertos qué necesitan los grandes jugadores para entrar a un mercado, cómo se estructura una inversión, qué buscan las marcas y cuáles son los elementos que hacen viable un proyecto.

HABLAR DE NUEVOS HOTELES INEVITABLEMENTE LLEVA A HABLAR DE DINERO.

Porque una gran oportunidad sin una estructura financiera adecuada sigue siendo solamente una oportunidad. Por eso uno de los ejes centrales del encuentro fue el financiamiento y la estructuración de capital para nuevos desarrollos.

Representantes de instituciones financieras, fondos y consultores compartieron alternativas para entender cómo puede financiarse un proyecto, cómo evaluar su viabilidad y qué necesita un desarrollo para resultar atractivo ante los inversionistas.

Pero hubo algo todavía más importante:

poner a conversar al capital con quienes tienen las oportunidades.

Lo que muchas veces falta es el puente. El foro quiso construir ese puente.



LA INFORMACIÓN TAMBIÉN ES INFRAESTRUCTURA.

Durante el foro hubo una palabra que apareció una y otra vez, incluso detrás de muchas de las conversaciones que parecían estar hablando de financiamiento, operación o desarrollo: **data**.

Porque antes de construir un hotel hay que entenderlo todo.

¿Quién visita Baja California? ¿De dónde viene? ¿Cuánto tiempo permanece? ¿Cuánto está dispuesto a gastar? ¿Qué tipo de hospedaje busca? ¿Qué destinos está eligiendo? ¿Qué temporadas tienen mayor demanda? ¿Qué está sucediendo con las tarifas? ¿Qué segmentos están creciendo? ¿Dónde hacen falta habitaciones? ¿Y dónde existe realmente una oportunidad de mercado?

Para cualquier inversionista, estas preguntas no son un detalle. Son la base de una decisión.

La información es la herramienta que permite transformar una percepción en una tesis de inversión.



NECESITAMOS DARLE CERTEZA

Baja California tiene potencial, pero enfrenta un reto clave: contar con información especializada y suficiente para tomar mejores decisiones de desarrollo hotelero. Sus características particulares hacen que los datos deban interpretarse de manera diferente a otros destinos. Por eso, la información se vuelve una herramienta esencial para decidir dónde, cuándo, cuánto y cómo invertir: **la data también es infraestructura.**

DE OPORTUNIDAD A PROYECTO HOTELERO.

Porque un terreno no es todavía un hotel. Una ubicación privilegiada tampoco garantiza un proyecto exitoso. Entre ambos existe un camino.

- Análisis.
- Planeación.
- Diseño.
- Viabilidad.
- Estructuración financiera.
- Marca.
- Construcción.
- Operación.

Y cada una de esas etapas necesita conocimiento especializado.

Durante el foro, ese proceso dejó de ser una teoría para convertirse en una conversación alrededor de una propiedad real, analizada desde diferentes perspectivas de la industria.

Fue una manera de demostrar que el desarrollo hotelero no depende de una sola decisión. Depende de hacer bien muchas decisiones.

BAJA CALIFORNIA ESTÁ LISTA PARA EL SIGUIENTE CAPÍTULO

El corredor costero tiene algo que no se puede fabricar: una ubicación privilegiada. La tierra para desarrollar está disponible, los costos son competitivos y existe una cadena de valor turística con un enorme potencial de crecimiento.

Pero el reto es convertir estas ventajas en infraestructura y nuevos proyectos hoteleros.



Durante el Foro también se mostraron **casos de éxito que demuestran cómo este potencial puede transformarse en proyectos concretos**, a través de una visión que integra ubicación, planeación, inversión y operación.

Porque no se trata solamente de construir más habitaciones, sino de fortalecer y hacer crecer todo el ecosistema turístico que Baja California ya tiene.

EL COMIENZO DE LO QUE VIENE

El Foro Binacional de Inversión Hotelera fue más que un encuentro entre marcas, empresarios, autoridades e inversionistas.

Fue el inicio de una conversación sobre el futuro hotelero del Corredor Costero.

Una conversación que pasó de preguntarnos si existe potencial a preguntarnos:

¿Qué necesitamos hacer para desarrollarlo?

Las respuestas llegaron de quienes conocen la industria: quienes han construido, financiado, operado y posicionado hoteles en distintos mercados.

Ahora corresponde convertir ese conocimiento en oportunidades, alianzas y proyectos. Porque el potencial ya existe.

El siguiente paso es desarrollarlo.

Porque el verdadero resultado de un foro de inversión no necesariamente ocurre ese mismo día.

A veces comienza en una conversación durante un coffee break. En una tarjeta que cambia de manos. En un desarrollador que descubre una marca. En un propietario que conoce a un operador.

En un inversionista que escucha por primera vez una oportunidad. En una llamada que sucede semanas después. En un proyecto que empieza a tomar forma meses más tarde. El objetivo nunca fue que un hotel apareciera al día siguiente.

Y, sobre todo, abrir una nueva etapa para el corredor costero de Baja California.

Ese fue el verdadero propósito del foro: crear las conexiones y las condiciones para que nuevos proyectos hoteleros puedan suceder.



¿Quieres ser parte de lo que viene?

Si tienes un proyecto, tierra, capital o experiencia para desarrollar el sector hotelero en Baja California, la conversación continúa.

Conectemos, exploremos oportunidades y construyamos juntos el siguiente capítulo de la hotelería en el Corredor Costero.



WWW.FOROHOTELEROBC.COM

Aimbridge
LATAM & ALL-INCLUSIVE

Hilton

MARRIOTT

MELIÁ

Mifel

INMOBILIARE
CONNECT

HOTEL GURU
HOSPITALITY INSIGHTS

WYNDHAM
HOTELS & RESORTS

belive ③

BWH
Hotels

salto
INSPIRED ACCESS

IHG
HOTELS &
RESORTS

MONEX

All
ACCOR

BBVA

ZCapital

ESTRATEGIA
URBANA

MUCHTAN
CONSULTING

MIRA
EARTH STUDIOS

CERÓN

Bystreet

TechStrata

INOVI
CONSTRUYE INNOVACIÓN

el latino
San Diego

BUSTAMANTE
REALTY GROUP

EQUIPAR
CONECTANDO NEGOCIOS

ASHONO
Asociación de Hoteles
del Noroeste, A.C.

CITIME-CAV

BAJA CONTRACT
Sustentando la vocación turística

LOEW

Bung
Alojamiento

Holtex
HOSPITALITY