

H. CONGRESO DEL ESTADO DE YUCATÁN LXII LEGISLATURA

Quien suscribe, **Dip. Warnel May Escobar**, con fundamento en lo dispuesto en los Artículos 30 Fracción V y 35 Fracción I de la Constitución Política; 16 y 22 Fracción VI de la Ley de Gobierno del Poder Legislativo, así como los Artículos 68 y 82 Fracción IV de su Reglamento, todos del Estado de Yucatán, someto a la consideración del Pleno de esta Soberanía la presente: **INICIATIVA CON PROYECTO DE DECRETO QUE REFORMA Y ADICIONA DIVERSAS DISPOSICIONES DE LA LEY PARA EL FOMENTO Y DESARROLLO DEL TURISMO EN YUCATÁN**, al tenor de la siguiente:

EXPOSICIÓN DE MOTIVOS

1

Desde 1999, es decir, prácticamente con dos décadas de existencia, el Consejo de Promoción Turística había promovido al país a nivel nacional e internacional con gran visión global. Sin embargo, el año pasado fueron aprobadas tanto en la Cámara de Diputados como en el Senado de la República la disolución del Consejo de Promoción Turística de México (**CPTM**), organismo encargado de alentar la llegada de visitantes al país, con el argumento de que existían otras instancias que cumplían con la misma función.

La hipótesis de los legisladores de MORENA, partido mayoritario en el poder, fue que, debido a varias modificaciones que había sufrido el marco legal de la administración pública federal, coexistían diversos órganos, dependencias y entidades de distinta naturaleza jurídica que desempeñaban funciones similares a las que llevaba a cabo el CPTM, lo que propició dispersión de recursos humanos y materiales, así como esfuerzos encaminados a un mismo objetivo, los cuales podrían haber sido aprovechados de mejor manera.

De la misma forma el Presidente de México en su momento, condenó que los recursos canalizados al CPTM fueran ocupados para **costear** grandes espectáculos, como los partidos de la NFL o la Fórmula 1 e incluso el evento más importante del sector en el país, y me refiero al “**Tianguis Turístico**”, del cual este 2020 honrosamente fuimos el Estado sede al menos en su versión **Digital**, por la pandemia del Coronavirus y del que esperamos el próximo 2021 el mejor de los resultados posibles.

Al respecto, me gustaría clarificar la diferencia fundamental entre gasto, costo e inversión, y es que los dos primeros conceptos disminuyen los ingresos, mientras que una inversión los puede incrementar. Así, el turismo es una buena idea de inversión y lo seguirá siendo; y si hay una razón por la que se puede pensar que es un buen momento para invertir en la llamada “industria sin chimeneas”, incluso en estos momentos, no es otra que la continua expansión del sector, gracias a una creciente clase media a escala global.

2

El sector turístico como he expresado en esta máxima tribuna en ocasiones pasadas, es uno de los sectores económicos con mayor potencial de crecimiento sostenible.

Ya que el número de turistas internacionales crece a medida que aumenta la población mundial y se expande la clase media, gracias al desarrollo de las economías de países emergentes. Que generan año tras año, millones de consumidores de productos y servicios no básicos relacionados con el turismo.

El número de turistas a nivel mundial se ha elevado más de tres dígitos desde 1995 y recientemente superó los 1,150 millones de turistas. Creciendo a tasas superiores al PIB Mundial; por eso se cree en 2030 se duplicaría el número de viajeros que consumen y visitan los principales destinos del orbe.

Sin embargo, de acuerdo con expertos en nuestro país, con la desaparición del CPTM se ha registrado una baja de cientos de miles de asientos de avión dirigidos al país.

Así mismo, y con cifras del Consejo Nacional Empresarial Turístico (CNET), durante 2019 los hoteleros registraron pérdidas superiores al 15% de sus utilidades y que además estiman que si la falta de promoción se prolongara hasta 2024 se dejarían de recaudar al menos 20 mil millones de pesos, sin contabilizar aún, los desastrosos efectos económicos por el Covid-19 que persisten.

La pérdida de promoción, sin duda alguna, nos ha restado competitividad frente a otros destinos turísticos del mundo, lo que se ha visto reflejado en menores ingresos para el sector a nivel nacional tanto antes y mucho más ahora con la nueva normalidad.

Y es que al final de día, como siempre afirmo: **México no compite contra sí mismo en términos de turismo, compite a nivel global**, por lo que el fortalecimiento de la promoción de otros países y la creación de nuevos aeropuertos está impactando en el arribo de vacacionistas extranjeros.

El sector turístico representa cerca del 9% del Producto Interno Bruto de México (PIB) y de él dependen al menos 4 millones de mexicanos directamente, mientras que alrededor de 25 millones de mexicanos tienen una relación indirecta.

Este año y con un negro panorama, el pronóstico de especialistas en la materia es retroceder al menor un par de posiciones en el ranking internacional de arribo de turistas de la Organización Mundial de Turismo (OMT).

Y aunque las funciones del CPTM fueron asumidas por la Secretaría de Turismo del Gobierno de México (SECTUR), con la reducción del presupuesto para este año superior al 40%, la dependencia ha quedado reducida a una oficina de gestión o a un ente burocrático que lejos de coadyuvar para que la actividad turística se consolide como un motor de crecimiento económico, entorpece las acciones que el sector privado y los Estados, emprendan para mantenerse en el ánimo de los turistas y las inversiones regionales.

Con la disminución del presupuesto federal de la SECTUR, debo puntualizar que este sexenio, la señal que nos mandan insistentemente es que, por un lado, la dependencia podría desaparecer para convertirla en oficina de apoyo a la Secretaría de Economía y por otro, que el turismo no le interesa al señor presidente.

4

Cada vez es mayor la inconformidad entre los empresarios del ramo por la falta de acompañamiento de SECTUR en sus proyectos productivos, pero, sobre todo, en la presencia oficial que debe tener México **y en especial Yucatán, tanto en las ferias internacionales como en la misma promoción turística.**

El dejar de usar el **marketing** como una extraordinaria herramienta de atracción de divisas, inversiones y turistas, ha condenado a los millones de mexicanos y a los miles de yucatecos que laboran en la industria sin chimeneas a ver afectadas permanentemente sus fuentes de trabajo e ingreso para el bienestar sus familias.

Y es de reconocer que, nuestro vecino Estado de Quintana Roo se adelantó a los sucesos y creó su propio Consejo de Promoción Turística. Aun así, con el sargazo y la inseguridad han visto reducidos sus índices de ocupación e ingresos, cuestiones que deberíamos **capitalizar.**

En Yucatán, no podemos quedarnos atrás: *por nuestra posición geográfica privilegiada y con magníficos sitios arqueológicos, históricas ciudades virreinales, atractivas riquezas naturales como cenotes y grutas, un vasto acervo cultural expresado en nuestra música, danza y gastronomía así como el gran valor de los usos y costumbres de nuestras comunidades mayas; nuestro Estado es un destino turístico capaz de ofrecer a los visitantes experiencias singulares y por ende, debemos seguir impulsar el desarrollo de la actividad turística y orientar la política pública en este rubro, especialmente en materia de promoción turística.*

Para Yucatán es imperativo contar con un ente descentralizado, que tuviera por objeto promover, impulsar y ejecutar programas de promoción de los destinos turísticos del Estado, así como reemplazar a los fideicomisos sectoriales, **para contar con una estrategia unificada, con una toma de decisiones colegidas y sin ocurrencias.**

5

Y es que, también hay que decirlo, la estrategia de promoción que realiza la Secretaría de Fomento Turístico del Estado (SEFOTUR), ha dejado mucho que desear; y si bien los objetivos planteados dentro del Plan de Recuperación Turística “Yucatán frente al COVID-19” son plausibles, es más visible la polémica y los escándalos que los resultados concretos.

Como la reciente visita de *Influencers* que ha sido presentada como una estrategia de SEFOTUR para promocionar al Estado y que brilló como otro más de los episodios discutibles y virales que han caracterizado la gestión de la titular de la dependencia.

El deseo que los atractivos turísticos de Yucatán ocupen un sitio relevante a nivel internacional, así como atraer la atención de los turistas ahora más que nunca, son una gran necesidad y una oportunidad para establecer salvaguardas e

invertir para una recuperación resiliente de las personas, las comunidades y ecosistemas.

Por lo anterior, en uso de mis facultades y atribuciones, someto a la consideración de esta Honorable Asamblea la presente: **INICIATIVA CON PROYECTO DE DECRETO QUE REFORMA Y ADICIONA DIVERSAS DISPOSICIONES DE LA LEY PARA EL FOMENTO Y DESARROLLO DEL TURISMO EN YUCATÁN, EN MATERIA DE PROMOCIÓN TURÍSTICA**, de conformidad con el siguiente:

PROYECTO DE DECRETO

ARTÍCULO ÚNICO. - Se adiciona la fracción IX al Artículo 2, se reforma el título y adicionan dos secciones al Capítulo VIII, se reforman los artículos 42 al 46 inherentes al citado capítulo y se recorren los subsecuentes numerales de los artículos de la Ley para el Fomento y Desarrollo del Turismo en Yucatán, para crear el **Consejo de Promoción Turística de Yucatán**; para quedar como sigue:

6

Artículo 2. Esta Ley tiene por objeto:

I al VIII. - ...

IX. - Establecer los mecanismos de coordinación para promover a través del Consejo de Promoción, la actividad turística a nivel nacional e internacional.

CAPÍTULO VIII

De la Promoción Turística

Sección Primera

De la Promoción y Fomento al Turismo

Artículo 42. La promoción turística del Estado comprende la programación de la publicidad y difusión, por cualquier medio, de la Oferta Turística existente, para incrementar la captación del Turismo y atender al desarrollo integral de Yucatán.

La Secretaría, en coordinación con el Consejo de Promoción Turística del Estado y con los demás integrantes del Sector Turístico, tendrá a su cargo la promoción turística del Estado, a través de la elaboración de proyectos específicos que permitan potencializar a la entidad como un destino turístico atractivo.

Artículo 43. La Secretaría podrá celebrar convenios de colaboración para promover la Oferta Turística del Estado, con los tres órdenes de gobierno y con los particulares interesados en incrementar la afluencia turística a Yucatán.

La Secretaría deberá asesorar a los ayuntamientos y organizaciones del sector privado y social que lo soliciten, en la implementación de acciones de promoción y programas de difusión turística.

Artículo 44. Para el desarrollo de la promoción turística, la Secretaría considerará los siguientes aspectos auxiliada por el Consejo de Promoción Turística de Yucatán:

I al XI.- ...

Sección Segunda

De la Promoción y Fomento al Turismo

Artículo 45. El Consejo de Promoción Turística de Yucatán, organismo público descentralizado, con personalidad jurídica y patrimonio propio, sectorizado a la Secretaría; tendrá por objeto promover, impulsar y ejecutar programas, proyectos estratégicos en materia turística, necesarios para el crecimiento económico, atracción de inversión y, en general, el desarrollo de la actividad en el Estado.

El Consejo de Promoción, ejecutará sus programas con base en acciones y procesos de mejora continua, de manera planificada y organizada, y con apego a los principios de colaboración, promoción, eficacia, economía, transparencia, legalidad e imparcialidad.

Para el cumplimiento de su objeto y el ejercicio de sus atribuciones, el Consejo de Promoción Turística de Yucatán, se compondrá por una Junta de Gobierno y un Director General.

La Junta de Gobierno es el órgano supremo del Consejo, será presidida por el Titular del Poder Ejecutivo del Estado y se compondrá de todas aquellas personas tanto físicas como morales, ya sea del sector público, social o privado que se obliguen recíprocamente a combinar sus recursos o sus esfuerzos para la realización de la promoción turística, ajustándose a la normativa orgánica que al efecto se expida.

Al frente del Consejo de Promoción Turística de Yucatán, habrá un Director General quien será designado por el Titular del Poder Ejecutivo del Estado o a indicación de éste o por el órgano colegiado de gobierno.

Artículo 46. El Reglamento de esta Ley contendrá las disposiciones correspondientes al funcionamiento del Consejo de Promoción Turística de Yucatán e instrumentará mecanismos eficaces para lograr que los diversos sectores de la sociedad en la entidad tengan la posibilidad de presentar propuestas, experiencias y proyectos en la materia.

8

TRANSITORIOS

ARTÍCULO PRIMERO. - El presente decreto entrará en vigor a partir del día siguiente al de su publicación en el Diario Oficial del Gobierno del Estado de Yucatán.

ARTÍCULO SEGUNDO. - La Secretaría de Administración y Finanzas (SAF) será la responsable de designar la persona física o moral que se encargará de la extinción del Fideicomiso para la Promoción y Fomento al Desarrollo Turístico del Estado de Yucatán (FIPROTUY) así como del Fideicomiso para el Desarrollo del Turismo de Reuniones en Yucatán (FIDETURE), quien llevará todos los trámites legales a fin de dar por terminado las relaciones contractuales de estos, a más tardar a los 60 días naturales contados a partir de la entrada en vigor de este decreto.

ARTÍCULO TERCERO. - Se derogan todas aquellas otras disposiciones de igual o menor jerarquía que se opongan a lo previsto en el presente decreto.

ARTÍCULO CUARTO. - El Titular del Poder Ejecutivo del Estado, designará al Director General del Consejo de Promoción en un plazo no mayor de 30 días naturales, contados a partir de la vigencia de este decreto.

ARTÍCULO QUINTO. - La Junta de Gobierno deberá instalarse dentro de los 30 días naturales siguientes al nombramiento del Director General a efecto de disponer del tiempo necesario que permita convocar a la primera sesión.

9

ARTÍCULO SEXTO. - El Poder Ejecutivo deberá actualizar el Reglamento de Ley para el Fomento y Desarrollo del Turismo en Yucatán, a más tardar a los 90 días naturales contados a partir de la validez del presente

ARTÍCULO SÉPTIMO. - El Reglamento Interior del Consejo del Promoción, deberá ser expedido en un plazo que no exceda de 60 días naturales, contados a partir de la fecha en que sea instalada la Junta de Gobierno.

ARTÍCULO OCTAVO. - La Secretaría de Administración y Finanzas (SAF) deberá prever el origen y destino de los recursos financieros que se transferirían al Consejo en el Presupuesto de Egresos del Gobierno del Estado de Yucatán para su ejercicio y operación.

Dado en la sede del Recito del Poder Legislativo, protesto lo necesario en la ciudad de Mérida, Yucatán, Estados Unidos Mexicanos, a los 30 días del mes de septiembre de 2020 y entrego copia impresa, así como digital de la iniciativa para los efectos conducentes.

10



DIPUTADO WARNEL MAY ESCOBAR
#SiempreContigo