



COMISION DE TURISMO

Acta

Décima Cuarta Reunión de Pleno de la Comisión de Turismo celebrada el día 22 de mayo de 2007 en el edificio "I" salón de usos múltiples no. 4 del Palacio Legislativo.

Siendo las 14:00 horas, se reúnen los diputados integrantes de la Comisión de Turismo de conformidad a la convocatoria publicada en la Gaceta Parlamentaria número 2258 del 22 de mayo del presente año, para el desahogo del siguiente

Orden del Día

1. Lista de asistencia.
2. Declaración de quórum.
3. Lectura y, en su caso, aprobación del Orden del Día.
4. Lectura y, en su caso, aprobación de las actas anteriores.
5. Lectura y, en su caso, aprobación del Acta de la Décimo Tercera Reunión Plenaria.
6. Presentación de dos Dictámenes.
 - a) Opinión de la Iniciativa que Reforma el Artículo 150 de la Ley Federal de Derecho de Autor.
 - b) De las Comisiones Unidas de Gobernación, y de Turismo, que desecha la Iniciativa que reforma y adiciona diversas disposiciones de la Ley de Juegos y Sorteos.
7. Presentación del Programa de Trabajo 2007 del Consejo de Promoción Turística de México, por el Lic. Francisco López Mena, Director General.
8. Aprobación de la próxima Reunión Plenaria, por realizarse el 12 de junio
9. Asuntos Generales

1. Se pasa lista de asistencia existiendo quórum para celebrar la reunión, toda vez que se encuentran presentes:

Dip. Octavio Martínez Vargas (PRD), Dip. Francisco Dávila García, (PAN), Dip. Yolanda Garmendia Hernández, (PAN), Dip. Martha



COMISION DE TURISMO

Angélica Romo Jiménez (PAN), Dip. Sara Latife Ruiz Chávez (PRI), Dip. Rosa Elva Soriano Sánchez (PRD), Dip. María del Carmen Salvatori, (CONV), Dip. Armando García Méndez (ALT), Dip. Sara Shej Guzmán (PAN), Dip. Armando Enríquez Flores (PAN), Dip. Carlos Eduardo Felton González (PAN), Dip. Francisco Javier Gudiño Ortiz (PAN), Dip. Lorenzo Daniel Ludlow Kuri (PAN), Dip. Héctor Manuel Ramos Covarrubias (PAN), Dip. Benjamín Hernández Silva (PRD), Dip. Francisco Márquez Tinoco (PRD), Dip. Joel Guerrero Juárez (PRI), Dip. José Ascención Orihuela Bárcenas (PRI), Dip. Bertha Yolanda Rodríguez Ramírez (PRI), Dip. Manuel Portilla Dieguez (PVEM).

Inasistencias: Los Diputados: Amador Campos Aburto (PRD), Addy Cecilia Joaquín Coldwell (PAN), Adriana Rodríguez Vizcarra (PAN), Adriana Rebeca Vieyra Olivares (PAN), Rafael Franco Melgarejo (PAN), Ma Soledad López Torres (PRD), Juan Adolfo Orcí Martínez (PRD), Eduardo Elías Espinosa Abuxapqui (PRI), Gilberto Ojeda Camacho (PRI) y Juana Leticia Herrera Ale (PRI).

2. En el uso de la voz el secretario diputado Francisco Dávila García, solicito a la diputada Martha Angélica Romo, que coordinara los trabajos de esta sesión. Quien procedió a dar lectura al orden del día, mismo que fue aprobada por unanimidad.

3. en uso de la voz la secretaria diputada Martha Angélica Romo, sometió a la aprobación de los diputados presentes el acta de la Décimo Tercera Reunión Plenaria, así como también la aprobación de la actas anteriores, en virtud de que todos los integrantes de la Comisión cuentan con copia de las mismas por lo que se solicito someter a consideración del Pleno la omisión de la lectura y se pasara directamente a la votación. Lo cual fue aprobado por unanimidad. Abordando así el cuarto y quinto punto del orden del día.

En el uso de la voz el secretario diputado Francisco Dávila García solicito, a la diputada Martha Angélica Romo Jiménez, la presentación del dictamen de la Comisiones Unidas de Gobernación y de Turismo que desecha la iniciativa que reforma y adiciona diversas disposiciones de la Ley Federal de Juegos y Sorteos.

La diputada Martha Angélica Romo, menciono que se habría un espacio para la participación de los compañeros diputados y diputadas en relación a este dictamen.



COMISION DE TURISMO

El secretario diputado Francisco Dávila García, le solicito a la Lic. Susana Servin que explicara el propósito de la Iniciativa, que consiste que dentro de la Ley Federal de Juegos y Sorteos, también se incluya a los estados y municipios para que tengan competencia al momento de que se les expidan permisos, a las casas operadoras de los mismos. Sin embargo, aunque la propuesta suena bien, jurídicamente es imposible, ya que la Ley Federal no es general. Puesto que se entiende por Ley General aquella que le da concurrencia a los estados, municipios y distrito federal y el artículo 73, fracción X, no le da competencia a los estados, municipios y distrito federal para que conozcan la materia de juegos y sorteos, por lo tanto no es viable.

Posteriormente la Dip. Angélica Romo, somete a votación dicha iniciativa de dictamen en sentido que se indica, por lo que fue aprobado por unanimidad.

A continuación el secretario Francisco Dávila, procede a dar cumplimiento al punto séptimo de la orden del día presentando al Lic. Francisco López Mena, Director General del Consejo de Promoción Turística de México, quien expuso el programa de trabajo 2007 de dicha entidad de la administración pública federal del sector turismo.

El licenciado Francisco López Mena: Muchas gracias. Muy buenas tardes a todos ustedes Créanme que es un inmenso placer estar con ustedes en este momento. Lo es por varias razones. Primero quisiera empezar por hacer un reconocimiento dentro del marco de un muy especial agradecimiento a ustedes integrantes de la Comisión de Turismo, que se sirvieron a aprobar las reformas a la Ley Federal de Derechos para que a partir del presente año el Consejo de Promoción Turística viera incrementados sus ingresos en un 40 por ciento. Sin duda alguna eso es poquito de lo que voy a explicarles, qué estamos haciendo con esos recursos que ustedes aprobaron para el consejo, pero quería yo empezar por expresar mi personal gratitud.

Segundo. Nos es también muy placentero el estar aquí en esta que un día fue también mi oficina. Aquí el inmenso privilegio de ser un integrante de la Comisión de Turismo y por eso me siento verdaderamente satisfecho de hoy en mi carácter de director del Consejo de Promoción Turística de estar aquí para rendir cuentas a ustedes, para informarles a ustedes lo que estamos haciendo; pero también para poder contestar cualquier duda o cualquier pregunta que ustedes quisieran hacerme.



COMISION DE TURISMO

Traigo una pequeña presentación que sintetiza lo que es el Consejo de Promoción Turística, verdaderamente es cortita, es sintética, lo que pretendo es que si ustedes me lo permiten, empezar con ella para que a continuación después de este pequeño vuelo en lo general de lo que es el Consejo de Promoción Turística, entonces pueda yo entrar con ustedes en algunos detalles del plan de este año, de cómo estamos utilizando los recursos aprobados por ustedes, de cuáles han sido los resultados hasta el día de hoy y qué pretendemos obtener al final de este año y al final de nuestra responsabilidad.

Iniciamos con esta presentación. Ustedes saben, somos uno de los dos brazos de la Secretaría de Turismo. El secretario de Turismo, Rodolfo Elizondo, como el rector de esta actividad en el país; el Fondo Nacional del Fomento del Turismo, que se encarga de lo que tiene que ver con la infraestructura turística de nuestro país, y el Consejo, que nos encargamos de promover a México.

Es una inmensa satisfacción. Créanme que me siento muy privilegiado al estar desempeñando esa función. Creo que poder ir al mundo a presumir la inmensa riqueza que tiene México, no solamente por su belleza natural, sus destinos de sol y playa ya hoy muy bien posicionados, sino su inmensa riqueza arqueológica, histórica, colonial, las grandes virtudes con las que esta tierra está plena en cuanto a lo que puede ser el turismo de naturaleza en muchos rincones de nuestro país, pero también complementado con nuestra gastronomía y coronado, diría yo, con la hospitalidad que caracteriza a los mexicanos. Hacer esto sin duda alguna es un privilegio, por lo que estoy muy agradecido.

Cuando asumimos la responsabilidad en los primeros días de diciembre del año pasado, nos propusimos tomar decisiones en relación con una de las características del turismo: su dinamismo, su constante cambio, su transformación total en el avance del tiempo.

El Consejo de Promoción Turística es un órgano que, creo, desde su creación, en 1999, ha funcionado bien, está integrado por profesionales de la publicidad y de la mercadotecnia pero, dada esta característica de dinamismo del turismo, las áreas de oportunidad para cambiar y mejorar se dan todos los días. Entonces, teníamos que atender nuestras áreas de mejora y hacer propuestas concretas de cómo lograrlo.

Por eso nos armamos de una estrategia que tiene tres tipos de resultados: los resultados a corto plazo, que son los que esperamos que sucedan este año y el próximo, los resultados a mediano plazo, que son los que esperamos que suceden



COMISION DE TURISMO

en el 2009 y 2010, y los del largo plazo, 2011 y 2012, es decir, es un plan completo que no lleva la visión sexenal únicamente, sino que establece metas muy concretas para cada uno de estos periodos y desde luego partiendo del principio de que seguirá la historia del Consejo adelante, después de nosotros.

Las acciones que tienen que ver con resultados a corto plazo son básicamente: cambiar la estrategia tradicional de mercadotecnia, que ha sido la de *spots*, elementos visuales y elementos impresos: periódicos, revistas, lo que todos conocemos como la publicidad impresa o la publicidad a través de la televisión, que tenía el mayor peso económico asignado a ese tipo de publicidad. Cambiamos la herramienta de la publicidad por una herramienta mucho más moderna, que tiene que ver con las relaciones directas entre líderes de opinión, entre líderes de los medios, lo que se conoce como relaciones públicas, campañas de relaciones públicas. Éste es un concepto, hoy, que cada día está teniendo mucho más resultado en cuanto a los que saben medir esto, que las campañas tradicionales.

Lo primero que hicimos fue que el porcentaje del aumento que ustedes aprobaron no fuera parejo, no fuera un 40 por ciento para todos los tipos de campaña. Son tres tipos de campaña, como ustedes lo saben: la campaña que conocemos como institucional, que es ésta de los medios impresos y visuales, la campaña que conocemos como cooperativa, y ésta es la que cada estado o cada destino de nuestro país hace y nosotros la apoyamos con una cantidad igual a la que ellos invierten, es específica por destino, no es una campaña de México como país, sino es una campaña de destino específica, y la campaña de relaciones públicas, que es ésta a la que nos referimos.

Corregimos y pusimos un 75 por ciento de aumento de este presupuesto aprobado por ustedes para relaciones públicas y le bajamos a un 39 por ciento la campaña institucional. Sigue siendo mayor peso el de la campaña institucional. Lo que pasa es que con el porcentaje corregido estamos haciendo que se equilibre, que sea mayor la participación nuestra en estas campañas de relaciones públicas.

La otra estrategia fue: tenemos 18 oficinas en el extranjero. En Estados Unidos hay cinco: Los Ángeles, Houston, Chicago, Nueva York y Miami. En Canadá tres: Vancouver, Toronto y Montreal. En Europa cinco: Madrid, Londres, Frankfurt, Roma y París. En Asia dos: Beijing y Tokio, y en Latinoamérica en Buenos Aires, Argentina, en Sao Paulo, Brasil y en Chile, que existía hasta hace unos días y que ya dejó de existir.



COMISION DE TURISMO

Lo que ahí se decidió fue: uno, establecer metas específicas de crecimiento como una responsabilidad concreta de quienes dirigen estas oficinas. Nuestras oficinas son muy pequeñas, un promedio de tres personas tiene cada oficina, es un director, un director adjunto y un asistente administrativo básicamente, ése es el promedio.

Y les establecimos metas que deberían de cumplir para este año. Nos fuimos a lo tradicional en lo que ha hecho campaña México, que es básicamente 69 por ciento del total de los turistas internacionales que llegan a México, naturalmente es el mercado que debemos de continuar como el mercado natural y la promoción de los destinos de playa también, como el mercado ya conocido, tradicional, a donde está llegando el 70 por ciento de los turistas que llegan a nuestro país, a los diferentes destinos de playa de México.

Esto nos debería de dar resultados inmediatos, es decir, mayor presupuesto al mercado tradicional, el producto tradicional y estableciendo metas a los directores de los países nos debería dar resultados muy concretos, que en términos generales promediaron 8.5 por ciento de números de turistas adicionales.

La meta de la Organización Mundial de Turismo es que va a haber un crecimiento en el mundo de 4.5, nuestro reto fue duplicar esta cifra, es decir, que México creciera en el doble del promedio mundial, así se estableció y con satisfacción puedo decirle que los primeros tres meses la meta se ha cumplido.

Traemos ya las cifras muy concretas de estos países de los que estoy hablando, donde tenemos presencia y se ha cumplido en el primer trimestre, esperamos que al término de este año esa meta se haya cumplido. Me refiero, específicamente, a los turistas que denominamos de internación, es el turista que cruza la frontera y que pernocta en nuestro país por lo menos una noche, no es el turista carretero, fronterizo, sino el que pernocta una noche y que en promedio son 12 y medio millones de estos turistas los que, bueno, no es promedio, sino es la cifra que recibimos el año pasado, 8.5 es la meta y ésta, repito, se ha logrado en el primer trimestre con estas adecuaciones que nos hemos marcado.

Pero iniciamos también estrategias que tienen que ver con los resultados que esperamos para 2008 y 2009 y ahí sí ya hay un cambio, tanto de mercado como de producto. Lo primero que entendimos es que, si bien México está muy bien posicionado como un destino de sol y playa, México es un país mucho más que eso.



COMISION DE TURISMO
Dip. Fed. Octavio Martínez Vargas
Presidente

México es un país que puede ofrecer esas bellezas complementadas con algo que los demás países con los que competimos no puede hacer, es el complemento de la inmensa diversidad cultural de nuestro país, nuestra riqueza histórica, nuestros tesoros coloniales, nuestros vestigios arqueológicos, que en realidad son poco conocidos.

No es producto de la casualidad que los destinos de sol y playa de México tengan un posicionamiento como el que tienen, es producto de serios esfuerzos que en los años 70 se hicieron para que esto sucediera, la creación de destinos de playa a través de Fonatur y sus entes enteramente planeados, la puesta que se hace en los años 70, corrigiendo leyes, haciendo inversiones importantes y demás, bueno, pues trae como resultado que este posicionamiento se haya logrado, pues éste es el mismo concepto que ahora entendemos que tenemos que hacer para los destinos culturales de México.

Entonces, tenemos una muy clara prioridad, no descuidando lo que hoy nos está produciendo un buen número de turistas, damos una prioridad a los turistas que vienen buscando lo que en la corriente moderna del turismo hoy está creciendo a ritmo muy acelerado.

El turista ya no es el clásico que busca un relajamiento, lo que busca hoy, mucho más que eso, es un entretenimiento, es una aventura, es una experiencia, y por eso el poderle ofrecer el complemento de destinos culturales como los que México tiene, sin duda alguna, nos pone a la vanguardia también en este tema.

Y el otro segmento es el de turismo de negocios. Por darles un dato a ustedes, los congresos los organizan grupos, es decir, hay organismos de profesionales que organizan congresos y en los Estados Unidos básicamente hay tres.

Uno de estos que se llama, por sus letras en inglés, PC&A, hizo una encuesta a finales del año pasado sobre la preferencia de sus clientes. Organizan 300 mil convenciones al año, el 45 por ciento de éstas van a Canadá, bueno, en México recibimos el cinco por ciento de ellas; cinco por ciento.

Hicieron una encuesta de dónde quisiera ir quienes celebran convenciones y resultó de la encuesta que el 30 por ciento quieren venir a México, pues es muy caro. Es decir, el 45 por ciento de los convencionistas van a Canadá.

¿Y qué les ofrece Canadá a los norteamericanos que no tengan en los Estados Unidos? Pues precisamente por eso ahí hay un mercado de un potencial inmenso

Acta

Comisión de Turismo
Av. Congreso de la Unión, 66; Col. El Parque; Deleg. Venustiano Carranza; C.P. 15969 México, D.F.;
Reunión de Pleno celebrada el día 22 de mayo de 2007; Conm.: 5036-0000 ext. 58032

octavio.martinez@congreso.gob.mx

7



COMISION DE TURISMO
Dip. Fed. Octavio Martínez Vargas
Presidente

que tenemos que explotar, pero que no se puede explotar de la manera tradicional, es decir, no es a través de spot y a través de impresos como vamos a lograr, sino es a través de un contacto mucho más directo con quienes organizan estos congresos, que son finalmente los que deciden.

Los que van a los congresos no deciden dónde se celebran, se inscriben y punto. Los que deciden son los que los organizan, por eso tomamos la decisión de crear una unidad estratégica de negocios, que tuviera como sede a la ciudad de Washington en los Estados Unidos.

Implementar todo esto no ha sido sencillo, entre otras cosas, porque el presupuesto con el que el Consejo de Promoción Turística cuenta, si bien es cierto, que obtuvimos un 40 por ciento de aumento, esto es exclusivamente para destinarlo a la publicidad, no obtuvimos un solo peso de aumento en cuanto a nuestro costo operativo.

Y aquí hago un paréntesis para comentarles. Imagínense ustedes cómo me sentí de satisfecho, de contento, el día que se me informa que ustedes habían aprobado esta reforma, dije: Bueno. Empezar una responsabilidad, que contar con un 40 por ciento más de presupuesto, sin duda alguna, cualquiera quisiera estar en estas condiciones.

Pero al día siguiente de esta alegría viene en cuenta que lo tenía yo que hacer con el mismo gasto que tenía yo aprobado para el año anterior, es decir, cómo hacer que las cosas sean más eficaces y que esto no cueste un centavo más en un costo operativo No es sencillo.

El riesgo de crear cuellos de botella por querer hacer cosas mejores, no teniendo el personal suficiente pues era grande. Aceptamos el reto con gusto y dijimos: Se puede. Y aparentemente hasta hoy se ha podido. Pero cuando tomamos la decisión de abrir una nueva oficina, pues cómo le vamos a hacer, con qué personal si no podemos contratar a nadie más, no tenemos autorización para hacerlo.

Bueno, pues la decisión fue: Cerremos dos oficinas que son menos productivas y con esos recursos abramos la Unidad Estratégica, que la Unidad Estratégica de negocios por sus características tenía que tener el doble tamaño de lo que tienen las oficinas profesionales, es decir, seis empleados en lugar de tres y esto es lo que estamos haciendo.

Acta

Comisión de Turismo
Reunión de Pleno celebrada el día 22 de mayo de 2007; Conm.: 5036-0000 ext. 58032
octavio.martinez@congreso.gob.mx



COMISION DE TURISMO
Dip. Fed. Octavio Martínez Vargas
Presidente

Cerramos Chile, como el destino que menos producía a México para con el personal de Chile, y de Montreal, la decisión fue cerrar Montreal, sin embargo sucedió algo curioso. El órgano máximo del Consejo de Promoción Turística no es la Dirección General, es la Junta de Gobierno en donde están representantes del sector privado y del sector público, es decir, tenemos a la Secretaría de la Función Pública, a la Secretaría de Hacienda, desde luego, la preside la Secretaría de Turismo, órgano de gobierno, pero también están representantes de la Confederación Nacional Turística, de la Concanaco, de los restauranteros, de los hoteleros, en fin. Son 18 miembros los que tienen que autorizar.

Hace mes y medio les llevamos ya el presupuesto y nuestra estrategia de tener que cerrar estas dos oficinas, nos pidieron, mejor dicho nos ordenaron que no cerráramos Montreal, que Montreal era un destino que deberíamos de conservar y como consecuencia se nos autorizó a que hiciéramos una petición extraordinaria a la Secretaría de Hacienda para que se nos autorizaran tres nuevas plazas, en ese proceso estamos.

La oficina se abre el próximo día 14 de junio, están todos ustedes invitados, ojalá de veras nos pudiera acompañar una representación de esta Legislatura, creo que sería no sólo un honor para nosotros, si no le daría también a esta nueva estrategia un peso, un apalancamiento que mucho agradecemos.

14 de junio, en la ciudad de Washington, ahí el embajador de México, el señor secretario de Turismo y un servidor vamos a estar, pero ese día también vamos a tener la primera reunión de trabajo de lo que denominamos El Consejo de Asesores.

Son 35 empresarios, touroperadores, dueños de líneas charteras, de líneas aéreas, hay agentes de viajes que van a ser el Consejo Permanente de Asesores, es decir, una Unidad Estratégica de Negocios requiere mucho más que lo que requiere una oficina tradicional y por eso, ese día vamos a tener la primera sesión de trabajo y ojalá que ustedes también nos puedan acompañar en ella.

Con estas dos estrategias, es decir, prioridad al turismo cultural, en donde hicimos un recorrido que terminó hace apenas tres semanas por los siete estados que concentran la mayor parte de los tesoros coloniales y por eso, incluso, están denominados los estados dentro de un programa de la Secretaría de Turismo que se llama así Tesoros Coloniales, son: Guanajuato, San Luis Potosí, Michoacán, Durango, Zacatecas, Aguascalientes y San Luis Potosí.

Acta

Comisión de Turismo

Av. Congreso de la Unión, 66; Col. El Parque; Deleg. Venustiano Carranza; C.P. 15969 México, D.F.;

Reunión de Pleno celebrada el día 22 de mayo de 2007

El Pleno de la Comisión de Turismo (Directo); Conm.: 5036-0000 ext. 58032

octavio.martinez@congreso.gob.mx



COMISION DE TURISMO
Dip. Fed. Octavio Martínez Vargas
Presidente

Hicimos toda una gira con estos siete estados, con el propósito, claro, de llegar a conclusiones muy concretas de qué nuevos productos puede ofrecer cada uno de estos destinos y el resultado de esta gira es que el presupuesto que vamos a invertir en estos estados con el propósito claro de llegar a conclusiones muy concretas de qué nuevos productos puede ofrecer cada uno de estos destinos y el resultado de esta gira es que el presupuesto que vamos a invertir en estos estados, el promedio es del doble; es decir, si traíamos en promedio un 40 por ciento de acuerdo con el aumento del presupuesto, un 40 por ciento también para cada estado, en estos siete estados la excepción es que vamos al doble de nuestro presupuesto; desde luego, con el compromiso del Estado de igual manera, duplicar sus recursos.

Por eso esto se pudo hacer y ahí está una acción muy clara de la apuesta que significa el turismo cultural de nuestro país, junto con el turismo de negocios. Nosotros estimamos que en 2009 y 2010 vamos a tener un importante incremento en número de turistas como proveniente de estas dos estrategias.

Y la estrategia a largo plazo tiene que ver con mercados emergentes. Los mercados emergentes, que encabeza China, sin duda alguna, esto ustedes verían las cifras, ahí estoy regresando; estuve precisamente en Beijing, la semana pasada asistiendo a la primera feria de las cuatro que este país organiza.

Uno pensaría que los chinos andan en materia turística todavía empezando; bueno, sí, es muy probable que consideremos que están empezando, porque tienen 10 años haciéndolo, nada más que a una velocidad verdaderamente rápida. Traen, así como nosotros en México traemos una feria al año, nuestro tianguis, ellos traen cuatro ya. traen verdadera apuesta al tema y como consecuencia, su potencial de generar turismo para México es inmenso.

Por eso el año pasado se abrió la oficina en Beijing. Los resultados del turismo chino, aunque los números son muy pequeñitos todavía, pero en porcentajes ya son importantes. El año pasado logramos crecer un 14 por ciento de turistas chinos; este año, en los primeros tres meses ya vamos en un 26 por ciento.

Estamos seguros que será el porcentaje mucho mayor, pero desde luego ésta es una apuesta a mayor plazo. No estamos esperando que los chinos logren los porcentajes que hoy tienen países europeos o países norteamericanos, de turistas, ni podríamos, además, tenerlos.

Acta



COMISION DE TURISMO
Dip. Fed. Octavio Martínez Vargas
Presidente

Es decir, el país también se está preparando para poder recibir al turismo asiático, en general. Y se está preparando en varias áreas: nos preparamos, la Secretaría de Turismo tiene programas de certificación de guías de turistas, dado que China aprobó a México como destino turístico recomendado desde hace dos años; desde hace dos años la Secretaría de Turismo empezó este proceso de certificar a los guías turistas para que puedan explicarles en mandarín a los turistas chinos.

Y de igual manera, pues están adaptando las infraestructuras de hoteles y restaurantes para poder recibir a los turistas. Hoy, la realidad es que la mayor parte de éstos 12 mil turistas llegaron el año pasado de China, la mayor parte de ellos vienen con lo que conocemos como el receptor, es decir, es alguien que representando a la agencia de viajes que los trae, habla su idioma y los acompaña a todas partes. Entonces no hay tanto problema; pero cuando esto se multiplique, el número de turistas, tendrán que existir hoteles, restaurantes en donde el idioma sea parte de lo que ofrecen éstos, como atractivo.

En términos muy, muy generales, esto es lo que estamos haciendo. Los resultados se los vamos a ir comunicando periódicamente. A nosotros verdaderamente nos daría muchísimo gusto. Ya tuvimos la experiencia de que una comisión de ustedes nos acompañara a la primera feria europea de este año, el Fitur, en España. Ojalá puedan acompañar a algunas más de ellas; ahí está Lyon, en la pantalla.

Les vamos a dejar este documento para que ustedes puedan consultarlo todo el tiempo que ustedes quieran y la invitación es permanente. Todas las demás ferias que están ahí programadas son ferias en donde tenemos que estar como responsabilidad de nuestra obligación. Hay otras ferias en el mundo, pero desde luego, ni podemos por tiempo ni podemos por recursos estar en todas las que se ofrecen en el mundo entero.

Éstas son las clasificadas como las más importantes por la productividad que representan para México y ojalá ustedes nos puedan acompañar a muchas de ellas, pero sobre todo, ojalá de veras nos puedan acompañar el próximo día 14 a la ciudad de Washington, en donde esta estrategia creemos que nos va a dar muy buenos resultados.

No quisiera yo extenderme más en este concepto pero desde luego, estoy muy bien dispuesto y con gran gusto para poder estar aquí el tiempo que ustedes me demanden y poder aclarar cualquier duda, cualquier pregunta que ustedes tengan. Muchas gracias.

Acta
Comisión de Turismo

11



COMISION DE TURISMO
Dip. Fed. Octavio Martínez Vargas
Presidente

El secretario diputado Francisco Dávila García: Señor director, sin duda una gran responsabilidad la que usted tiene de hoy en adelante. Muchísimas gracias por su presentación. Quisiera hacer extensivas las disculpas que a través de un servidor hace Octavio Martínez, presidente de la Comisión de Turismo, quien tuvo que estar presente en una firma de un convenio con Fonatur, en el Estado de México, con la licenciada Laura Fortoull, donde lo invitaron como testigo de honor y tuvo que estar presente en esa reunión.

Posteriormente, los diputados Lorenzo Daniel Ludlow Kuri así como, el Diputado Francisco Márquez Tinoco, el Diputado Manuel Portilla Duiequez y el diputado Carlos Eduardo Feltón González comentaron y preguntaron diversos temas acerca de la presentación del Director General del Consejo de Promoción Turística de México.

En uso de la voz la diputada Martha Angélica Romo, agradece la atención de este grupo de legisladores por conocer lo que esta desarrollando el Consejo de Promoción, y a su vez observan donde se aplican los recursos que aprobaron los diputados.

La de la voz menciona que pasaran al siguiente punto del orden del día que fue el octavo concerniente al planteamiento de la fecha próxima de la reunión plenaria 12 de junio con la presentación del proyecto de Turismo Accesible, a cargo de Diego González, especialista en la materia y consultor español, señalando que no sería una plenaria, sino reunión de trabajo, comento que se pone a votación la propuesta de la fecha y presentación del proyecto.

La diputada Martha Angélica Romo: Ahora sí, el noveno punto. Asuntos generales.

El secretario diputado Francisco Dávila: ¿Existe alguna petición por parte de alguno de los compañeros, de participación en asuntos generales? Favor de manifestarlo en este momento. No habiendo asuntos que tratar siendo 15:50 horas, damos por terminada la sesión decimocuarta de esta Comisión de Turismo. Muchísimas gracias a todos por su atención y su presencia.



COMISION DE TURISMO



Dip. Octavio Martínez Vargas
Presidente



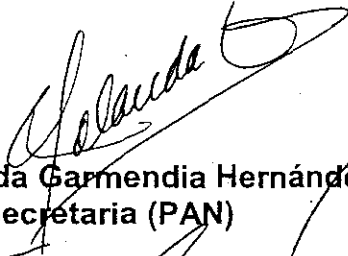
Dip. Amador Campos Aburto
Secretario (PRD)




Dip. Francisco Dávila García
Secretario (PAN)



Dip. Armando García Méndez
Secretario (ALT)



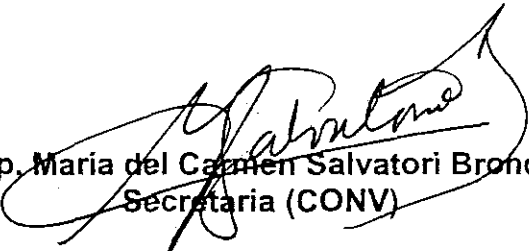
Dip. Yolanda Garmendia Hernández
Secretaria (PAN)



Dip. Martha Angélica Romo Jiménez
Secretaria (PAN)



Dip. Sara Latife Ruiz Chávez
Secretaria (PRI)



Dip. María del Carmen Salvatori Bronca
Secretaria (CONV)



Dip. Rosa Elva Soriano Sánchez
Secretaria (PRD)