

Ciudad de México, a 06 de Abril de 2022
Oficio. No. CCDMX/AEMG/II/0062/2022

**DIP. HÉCTOR DÍAZ POLANCO
PRESIDENTE DE LA MESA DIRECTIVA DEL
CONGRESO DE LA CIUDAD DE MÉXICO, II LEGISLATURA
PRESENTE**

La que suscribe, Diputada Adriana María Guadalupe Espinosa de los Monteros García, Integrante del Grupo Parlamentario Morena, me refiero al punto de acuerdo que subiré a tribuna en la sesión del Miércoles 06 de Abril del año en curso, ya que la misma se propuso de urgente y obvia resolución, en ese sentido de manera respetuosa, solicito se modifique la misma y de conformidad con el artículo 100 fracción III del Reglamento del Congreso de la Ciudad de México solicito quede de la siguiente forma: ***“Proposición con Punto de Acuerdo, por el que se exhorta respetuosamente a la titular de la Secretaría de Turismo de la Ciudad de México, para que, de conformidad con sus facultades, atribuciones y de conformidad con su suficiencia presupuestal, implemente actividades de manera conjunta con el Sistema de Transporte Colectivo “METRO”, a efecto de que se transmitan vídeo-spots referentes a las diversas atracciones turísticas y festividades de las 16 Alcaldías de la Ciudad de México en las pantallas de los trenes, vagones y estaciones de dicho sistema, con el propósito de potencializar el Turismo de la capital.”***, y el mismo sea turnada a la Comisión correspondiente para su análisis y dictamen.

Sin otro particular, reciba un cordial saludo.

ATENTAMENTE



DIP. ADRIANA MARÍA GUADALUPE ESPINOSA DE LOS MONTEROS GARCÍA



Ciudad de México a 06 de Abril de 2022.
Oficio. No. CCDMX/AEMG/II/0062/2022.

DIP. HÉCTOR DÍAZ POLANCO
PRESIDENTE DE LA MESA DIRECTIVA DEL
CONGRESO DE LA CIUDAD DE MÉXICO, II LEGISLATURA
PRESENTE

La suscrita en mi carácter de Integrante del Grupo Parlamentario Morena, hago referencia a la proposición con **punto de acuerdo que expondré en tribuna en la sesión del Miércoles 06 de Abril del año en curso**, y de manera respetuosa, solicito se modifique la misma de conformidad con el artículo 100 fracción III del Reglamento del Congreso de la Ciudad de México para quedar de la siguiente forma: ***“Proposición con Punto de Acuerdo, por el que se exhorta respetuosamente a la Titular de la Secretaría de Turismo de la Ciudad de México, para que, de conformidad con sus facultades, atribuciones y de conformidad con su suficiencia presupuestal, implemente actividades de manera conjunta con el Sistema de Transporte Colectivo “METRO”, a efecto de que se transmitan vídeo-spots referentes a las diversas atracciones turísticas y festividades de las 16 Alcaldías de la Ciudad de México en las pantallas de los trenes, vagones y estaciones de dicho sistema, con el propósito de potencializar el Turismo de la capital.”***, y el mismo sea turnado a la Comisión correspondiente para su análisis y dictamen.

No omito manifestarle que dicha proposición se encuentra en el numeral 44 de la Orden del Día, y que la modificación referida se envía de manera adjunta en formato electrónico para los efectos conducentes.

Sin más por el momento, quedo a sus órdenes.

ATENTAMENTE

DIP. ADRIANA MARÍA GUADALUPE ESPINOSA DE LOS MONTEROS GARCÍA

30
016

DIP. HÉCTOR DÍAZ POLANCO
PRESIDENTE DE LA MESA DIRECTIVA DEL
CONGRESO DE LA CIUDAD DE MÉXICO
II LEGISLATURA
P R E S E N T E.

La que suscribe, Diputada Adriana María Guadalupe Espinosa de los Monteros García, Integrante del Grupo Parlamentario de MORENA, del Congreso de la Ciudad de México, II Legislatura, con fundamento en lo dispuesto por los artículos 122, apartado A, fracción II de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos; artículo 29, apartados D y E de la Constitución Política de la Ciudad de México; artículos 13 fracción IX, 29 fracciones XI y XIX y 32 fracciones XVI y XXXI de la Ley Orgánica del Congreso de la Ciudad de México; y artículos 5 fracciones I y VI, 76, 79 fracción IX, 82, 95 fracción II, 99 fracción II, 100 y 123 del Reglamento del Congreso de la Ciudad de México, someto a consideración del Pleno, la siguiente **Proposición con Punto de Acuerdo, por el que se exhorta respetuosamente a la titular de la Secretaría de Turismo de la Ciudad de México, para que, de conformidad con sus facultades, atribuciones y de conformidad con su suficiencia presupuestal, implemente actividades de manera conjunta con el Sistema de Transporte Colectivo “METRO”, a efecto de que se transmitan vídeo-spots referentes a las diversas atracciones turísticas y festividades de las 16 Alcaldías de la Ciudad de México en las pantallas de los trenes, vagones y estaciones de dicho sistema, con el propósito de potencializar el Turismo de la capital. Lo anterior, al tenor de los siguientes:**

I. ANTECEDENTES

En los años cincuenta, ya corría en el imaginario de las autoridades de la Ciudad de México la idea de construir un sistema de transporte ferroviario subterráneo, ahora metro, para atender a, los entonces, cuatro millones de habitantes de la capital mexicana.

Con un tráfico en aumento y un sistema de transporte que comenzaba a ser insuficiente, la idea de un transporte subterráneo se consideró ambiciosa pero necesaria para la gran urbe latinoamericana.

Fue hasta 1969 que se inauguró el metro de la Ciudad de México. La línea 1 del metro, corrió de Zaragoza, en el oriente de la ciudad, a Chapultepec, en el centro.

El trazo inicial comprendió 12.6 kilómetros de longitud con 16 estaciones, de Chapultepec a Zaragoza, que fueron las primeras terminales del Metro.

La ceremonia del arranque formal de los trabajos ocurrió la mañana del martes 19 de junio de 1967 y fue encabezada por el Regente del entonces Distrito Federal, Alfonso Corona del Rosal, acompañado de funcionarios gubernamentales.

El reto había comenzado, ya que previo a ello, el gobierno capitalino consideraba prácticamente imposible este proyecto debido al subsuelo fangoso y la zona sísmica de la ciudad. La Universidad Nacional Autónoma de México realizó los estudios correspondientes con expertos en mecánica de suelos.

En este esfuerzo trabajaron alrededor de 700 especialistas de diversas disciplinas, como ingeniería, arquitectura, urbanismo, sociología, economía, abogacía y administración, entre otras para realizar también estudios de impacto ambiental, urbano y económico.

El entonces regente del Distrito Federal sometió este anteproyecto a revisión y obtuvo un dictamen positivo por lo que se aprueba y se encarga su construcción a una empresa particular de ingeniería.

El 29 de abril de 1967 fue publicado en el Diario Oficial de la Federación, el Decreto Presidencial por el cual se crea un organismo público descentralizado: el Sistema de Transporte Colectivo.

Las autoridades se preocuparon por hacer público el proyecto e invitar a la gente a opinar. La obra fue bien vista por la población. Así, el 19 de junio de 1967 iniciaron los trabajos de construcción.

Las obras de la Línea 1 atravesaron por zonas potencialmente conflictivas, como el mercado de La Merced y La Candelaria de Los Patos, por ejemplo, de gran concentración comercial y poblacional.

La creación del nuevo transporte masivo se convirtió en una importante fuente de empleos, llegaron a concentrarse hasta 12 mil técnicos y obreros durante su construcción. Posteriormente, propició la instalación de nuevos comercios o el repunte de otros debido a su ubicación inmediata a las estaciones.

El Metro contribuyó a resolver problemas de vialidad crecientes porque al mismo tiempo se construyeron o ampliaron vialidades alternas, así como puentes vehiculares y peatonales. La imagen urbana de la capital se modificó y también cambió la actividad social y económica.

Tras 27 meses de obra, quedó concluido el primer tramo de 12.6 kilómetros y 16 estaciones de la Línea 1, teniendo como terminales Chapultepec, en la zona poniente, y Zaragoza, en el oriente.

Medios de aquel entonces describieron al sistema de transporte como “lo más limpio, seguro y eficiente que se haya visto en la capital”.¹

En septiembre de 1970, inició operaciones la Línea Azul, de Tasqueña a Tacuba. Siguió la Línea 3, que corrió en su momento genésico de Tlatelolco a Hospital General.

Actualmente, existen en la Ciudad de México 12 líneas del Transporte Colectivo Metro, algunas de ellas conectan con puntos neurálgicos de la urbe mexicana como el Aeropuerto Internacional de la Ciudad de México, el Centro Histórico, Ciudad Universitaria y Terepán.

El Ing. Bernardo Quintana fue quien presentó el proyecto a las autoridades del Distrito Federal en 1958, fue rechazado por su elevado costo. En el sexenio de Gustavo Díaz Ordaz, presentó de nuevo el proyecto y fue aprobado gracias a Alex Berger, quien fungió como mediador entre el presidente mexicano y su homólogo francés, Charles de Gaulle para obtener un crédito.

La obra tuvo un costo total de (dos mil quinientos treinta millones) 2,530 millones de pesos, de los cuales, (mil seiscientos treinta millones) 1,630 millones provinieron del crédito francés y (novecientos millones) 900 millones por parte del Departamento del Distrito Federal.²

¹ <https://inmobiliare.com/el-metro-en-mexico-una-historia-que-aun-tiene-recorrido/#:~:text=Fue%20hasta%201969%20que%20se,haya%20visto%20en%20la%20capital%E2%80%9D>.

² <http://wikimexico.com/articulo/datos-que-debes-conocer-sobre-el-metro#:~:text=La%20obra%20tuvo%20un%20costo,de%20la%20ciudad%20de%20M%C3%A9xico>.

Se expone la presente proposición con punto de acuerdo, ya que el turismo es un eje rector para la reactivación económica de la Ciudad de México, ya que, previo a la pandemia, el comportamiento turístico regional mostraba una mejoría en su dinamismo influenciado por la demanda interna y, aunque para el 2020 ese dinamismo se vio mermado considerablemente, se espera un nuevo ciclo de recuperación económica moderada para los próximos años.

Aunque el número de visitas de turistas todavía se mantiene lejos de los niveles prepandémicos, el indicador de divisas turísticas continúa con su tendencia creciente.

Esto refleja un aumento importante en el gasto que ejercen los turistas durante su estancia en México, especialmente los que vienen por motivos de recreación, trabajo o de visitas familiares.

Pese a esta visible recuperación en materia de turismo internacional, el número de visitantes internacionales todavía se encuentra por debajo de los niveles prepandémicos. En noviembre del 2019, por ejemplo, el total de llegadas alcanzó poco más de 8.5 millones.

La tendencia que han mostrado los indicadores turísticos, entonces, es que, aunque hay menos visitantes, quienes llegan, ejercen un gasto mucho mayor o amplían sus estancias en México. Esta situación ha impulsado la participación del turismo en la generación de divisas que se mantiene como uno de los tres sectores que más aportan, junto con las remesas y el sector automotriz.

La persistencia de nuevas variantes Covid-19 y la inestabilidad en los precios alrededor del mundo continúan afectando al turismo nacional e internacional.

Si bien el año pasado las entidades que más dependen del turismo mostraron signos de recuperación, aún no alcanzan los niveles previos a la pandemia.

Los resultados anteriores demuestran que, por la contracción económica en el 2020, dando una base estadística de comparación baja, las entidades turísticas obtuvieron tasas de crecimiento elevadas de su economía, reflejándose en variaciones de doble dígito en las actividades terciarias.

La captación de divisas turísticas durante noviembre del 2021 alcanzó la cifra histórica de 2,133.3 millones de dólares, lo que representó un incremento del 12.5% respecto al 2019 (año completo sin los efectos de la pandemia del Covid-19) y del 148.9% respecto al año previo. Esa cifra fue la segunda mejor del año pasado (en julio sumaron 2,225.4 millones de dólares).³

Sin embargo, en llegada de turistas internacionales las cifras aún están por debajo de las registradas hace un par de años: en el onceavo mes sumaron 2 millones 897,110, lo que significó una baja del 24.6%, en tanto que dicha cifra creció el 38.5% respecto a noviembre del 2020, de acuerdo con el Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI).

La firma de consultoría Brain Analytic destacó en un análisis que la participación del gasto de los turistas internacionales, principalmente de los que llegan a México por vía aérea respecto del total ha mostrado un aumento relevante, porque en noviembre de 2019 fue del 89.8% y en el 2021 del 94.1 por ciento. Además, destacó que en los últimos meses del año pasado los turistas provenientes de Estados Unidos han disminuido su participación de mercado, en particular en el

³ <https://www.eleconomista.com.mx/empresas/Divisas-turisticas-vuelven-a-romper-record-en-noviembre-de-2021-20220110-0134.html>

onceavo mes, donde fue del 66% y en meses complicados de la pandemia llegó a estar hasta en 93 por ciento.

En consecuencia, el gasto medio de los turistas internacionales también alcanzó niveles récord en noviembre, al llegar a los 1,150.15 dólares, el 24.6% por arriba de igual mes del 2019.

En la capital están las terminales de autobuses de pasajeros más grandes del país, el aeropuerto con mayor actividad, la Basílica de Guadalupe y 205 museos, entre ellos el majestuoso Museo Nacional de Antropología, entre tantos y tantos atractivos. Los flujos de paseantes y turistas no pararon por estos días rompiendo la sana distancia sanitaria.

Además, hay que empezar a planear, de la mejor manera, el Tianguis Turístico del 2023, que por primera vez será en el centro del país y tiene que dejar profunda huella.⁴

De acuerdo con el reporte anual de la Secretaría de Turismo (Sectur) capitalina, el 2021 cerró con la llegada de 6.8 millones de turistas, a la par, se registró una ocupación hotelera de 33.49% y se generó una derrama económica por 63,545.95 millones de pesos.

En tanto, en el 2020 (que fue cuando comenzó la pandemia y también se colocó como el peor año para la industria turística local) se registró la llegada de 4.5 millones de visitantes, también se generó 22.0% de ocupación hotelera y 36,606.20 millones de pesos por derrama económica.

⁴ <https://www.eleconomista.com.mx/opinion/La-CDMX-inicia-el-2022-sin-lider-en-Turismo-20220101-0001.html>

Este panorama se alejó de lo registrado en el 2019, en ese año en la capital del país no había Covid-19 ni cierre de actividades, también los países tenían una total apertura de fronteras.

Justamente, en el 2019 llegaron 13.9 millones de visitantes, por lo que se cerró ese año con una ocupación superior al 67% y la derrama fue de 113,113.28 millones de pesos (esto significó el mejor y mayor monto de recursos económicos para el sector local en lo registrado en la base de datos de la Secretaría de Turismo de la Ciudad de México estatal).

El reporte de la Secretaría de Turismo de la Ciudad de México, también muestra cómo era la dinámica del sector antes de la llegada de la Covid-19.

Por ejemplo, en el 2018 fue el año con la mejor ocupación hotelera con 70.45%, mientras que el segundo fue el 2017, con 70.11 por ciento.

También, desde el 2014 los hoteles de la Ciudad de México recibían en promedio anualmente 13 millones de visitantes, siendo el 2018 en donde casi se alcanzaron los 14 millones de huéspedes, en ese año llegaron 13.9 millones de turistas.⁵

Hay que señalar, que los planes locales de reactivación económica buscaban una recuperación del sector turístico capitalino para el 2021, particularmente se esperaba que este efecto se diera para el último trimestre del año.

El impacto positivo proyectado sería por eventos como Fórmula 1, Día de Muertos, así como las festividades navideñas y de fin de año.

⁵ <https://www.eleconomista.com.mx/estados/Actividad-turistica-de-la-Ciudad-de-Mexico-logro-una-ligera-recuperacion-en-2021-pero-no-alcanza-los-niveles-prepandemia-20220224-0069.html>

Sin embargo, si se revisa el indicador de ocupación hotelera en el periodo octubre-diciembre del 2021, se podrá ver que se superaron los niveles del 2020, pero no se alcanzaron los del 2019.

El reporte de la Secretaría de Turismo de la Ciudad de México, indicó que en octubre de 2021 se generó una ocupación hotelera de 44.06%, mientras que en ese mismo mes pero del 2020 fue de 19.04% y en el 2019 alcanzó 75.44 por ciento.

En noviembre del 2021 la ocupación hotelera fue de 56.04%, mientras que en el onceavo mes del 2020 fue de 21.80% y en el 2019 fue de 78.54 por ciento.

Mientras que en diciembre del año pasado se llegó a 48.59% de ocupación hotelera, en el 2020 fue de 17.19% y en diciembre del 2019 fue de 62.11 por ciento.

A este contexto se suma que el último bimestre del 2021 se desarrolló sin titular de la Secretaría de Turismo local.

Para abonar en el tema turístico de la capital es necesaria la difusión de una buena campaña de promoción utilizando los medios públicos locales.

Al cierre del año 2021 hubo un registro de 6, 864,129 (seis millones ochocientos sesenta y cuatro mil ciento veintinueve) de turistas en la Ciudad de México.

TURISTAS HOSPEDADOS POR ALCALDÍA

Enero - Diciembre 2011-2021

Alicaldía	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021 ¹
Álvaro Obregón	154,310	336,105	478,480	468,534	459,496	558,331	562,271	532,831	554,652	168,863	266,766
Azcapotzalco	207,074	162,172	174,002	180,935	173,500	160,927	163,295	180,337	206,990	70,882	94,457
Benito Juárez	965,745	979,632	986,118	1,045,704	1,057,668	1,119,640	1,131,872	1,126,944	1,077,145	344,616	526,483
Coyoacán	242,824	229,358	212,090	209,167	226,482	264,324	267,434	248,528	270,155	85,671	134,375
Cuejimalpa	62,580	69,008	94,362	193,918	209,359	235,562	237,853	203,715	290,159	94,651	157,914
Cuauhtémoc	6,979,128	6,768,730	6,861,446	7,007,771	7,013,220	7,086,625	7,175,381	7,422,938	7,175,173	2,401,133	3,549,985
Gustavo A. Madero	559,275	566,620	603,682	656,378	654,469	585,830	595,644	654,555	599,074	196,333	293,573
Iztacalco	189,735	181,942	186,411	209,967	207,702	232,208	233,933	225,606	250,500	101,753	150,450
Iztapalapa	412,528	353,995	301,333	333,559	423,022	464,595	470,158	419,124	417,854	135,012	209,382
Magdalena Contreras	68,980	69,677	64,656	54,874	53,960	69,569	70,233	66,087	75,479	22,782	37,133
Miguel Hidalgo	1,416,002	1,416,562	1,524,924	1,508,040	1,415,385	1,478,574	1,496,775	1,568,872	1,653,743	523,468	783,736
Tláhuac	23,383	23,166	18,832	19,512	21,932	26,046	26,275	23,701	24,147	7,373	13,259
Tlalpan	294,320	301,104	293,238	299,356	308,238	356,241	360,555	340,974	359,311	115,039	189,422
Venustiano Cerranza	681,816	751,065	788,559	811,620	802,093	842,284	851,966	864,882	869,241	280,419	416,750
Xochimilco	122,336	96,347	89,084	95,929	98,482	101,999	103,215	103,115	81,460	26,183	40,444
Total	12,380,036	12,305,483	12,677,217	13,095,264	13,125,008	13,582,755	13,746,859	13,982,209	13,905,083	4,574,178	6,864,129

6

II. PROBLEMÁTICA PLANTEADA

La proposición planteada, surge de la problemática que sufrimos como país en el ámbito turístico, provocada por la pandemia de COVID-19, la cual logró afectarnos en una de nuestras mayores fuentes de recursos, como lo es el dinamismo turístico, ya que, con este virus, se cerraron varias fronteras, vuelos cancelados, y por lo mismo, los locales, negocios y empresas que dependían del mismo, se vieron afectadas, y en algunos casos, tuvieron que cerrar sus negocios.

La carencia de visitas extranjeras también nos afecta en el mercado de divisas, las cuales son mínimas al no tener movimiento de dinero extranjero dentro de nuestro país. Por lo cual, proponemos la transmisión de video-spots en el metro para mejorar el turismo en la capital.

6

<https://www.turismo.cdmx.gob.mx/storage/app/media/Estadisticas/2121/12%20Indicadores%20Diciembre%202021.pdf>

III.- CONSIDERANDOS

PRIMERO. - La Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos, establece en su artículo 73 fracción XXIX-K, que a la letra dice:

“Artículo 73. El Congreso tiene facultad:

...

“XXIX-K. Para expedir leyes en materia de turismo, estableciendo las bases generales de coordinación de las facultades concurrentes entre la Federación, las entidades federativas, los Municipios y, en su caso, las demarcaciones territoriales de la Ciudad de México, en el ámbito de sus respectivas competencias, así como la participación de los sectores social y privado.

SEGUNDO. - La Constitución Política de la Ciudad de México, establece en su Artículo 16, apartado G, numeral 6, Artículo 17, apartado B, numeral 4, Artículo 53, apartado B, numeral 2, fracción XXXV

- “Artículo 16: Ordenamiento territorial. Se entenderá por ordenamiento territorial la utilización racional del territorio y los recursos de la Ciudad de México, y su propósito es crear y preservar un hábitat adecuado para las personas y todos los seres vivos.

Apartado G: Espacio público y convivencia social.

Numeral 6: La Ciudad de México garantiza el derecho a realizar actividades de ocio, esparcimiento, recreativas, artísticas y turísticas,

privilegiando el interés público. Las actividades comerciales y de servicios vinculadas con este derecho deberán contar con permiso de las alcaldías.”

- “Artículo 17: Bienestar social y economía distributiva.

Apartado B: De la política económica.

Numeral 4: Las autoridades de la Ciudad promoverán activamente la economía innovadora y del conocimiento, compatible con la generación de mayor valor agregado, mejores remuneraciones, la protección de los ecosistemas y las demás prioritarias para el desarrollo de la ciudad. La Ciudad de México impulsará las actividades turísticas aprovechando, de manera responsable y sustentable, su patrimonio histórico, arquitectónico, artístico, natural, cultural y de las tradiciones de sus pueblos y barrios originarios y comunidades indígenas residentes, considerando la opinión de estos en todo momento.”

-“Artículo 53 Alcaldías

A. De la integración, organización y facultades de las alcaldías

1. Las alcaldías son órganos político administrativos que se integran por un alcalde o alcaldesa y un concejo, electos por votación universal, libre, secreta y directa para un periodo de tres años. Estarán dotadas de personalidad jurídica y autonomía con respecto a su administración y al ejercicio de su presupuesto, exceptuando las relaciones laborales de las personas trabajadoras al servicio de las

alcaldías y la Ciudad. Las alcaldías son parte de la administración pública de la Ciudad de México y un nivel de gobierno, en los términos de las competencias constitucionales y legales correspondientes. No existirán autoridades intermedias entre la o el Jefe de Gobierno y las alcaldías.

Apartado B: De las personas titulares de las alcaldías.

Numeral 2: Para ser alcalde o alcaldesa se requiere:

fracción XXXV. Diseñar e instrumentar políticas públicas y proyectos comunitarios encaminados a promover el progreso económico, el desarrollo de las personas, la generación de empleo y el desarrollo turístico sustentable y accesible dentro de la demarcación territorial;

TERCERO. - Ley de Turismo del Distrito Federal, artículo 2, artículos 23, 24, 26 y 27, 30, 37, 38, 39, 40, 42 y 43 que a su letra establecen lo siguiente:

“Artículo 2. Esta Ley tiene por objeto:

- I. Definir las competencias y coordinación;*
- II. Establecer y formular la política y su planificación;*
- III. Promover y fomentar la actividad turística;*
- IV. Garantizar el reconocimiento y el ejercicio de derechos y obligaciones de turistas y prestadores de Servicios turísticos;*
- V. Propiciar la profesionalización de la actividad turística; y*
- VI. Verificar el cumplimiento de la Ley y la imposición de sanciones.*

Artículo 23. El Turismo Social comprende todos aquellos programas que instrumente la Secretaría a través de los cuales se facilite la participación

en el turismo de los grupos de trabajadores, niños, jóvenes, estudiantes, personas con capacidades diferentes, adultos mayores, indígenas y otros que, por razones físicas, económicas, sociales o culturales, tiene acceso limitado a disfrutar del patrimonio y los servicios turísticos.

La Secretaría promoverá la celebración de convenios de colaboración o de otra clase con dependencias y entidades de la Federación y de los Estados, así como con el sector privado, con el objeto de fomentar el Turismo Social entre los grupos mencionados en el párrafo anterior.

Artículo 24. *La Secretaría, escuchando a los organismos del sector, formulará, coordinará y promoverá para efectos de lo establecido en el Artículo anterior, los programas de Turismo Social necesarios, tomando en cuenta para la elaboración de los mismos, las necesidades y características específicas de cada grupo, las temporadas adecuadas para su mejor aprovechamiento y el aprovechamiento integral del patrimonio turístico.*

Artículo 26. *La Secretaría promoverá inversiones que tiendan a incrementar las instalaciones destinadas al Turismo Social, que tengan por objeto la prestación de servicios turísticos accesibles a la población.*

Asimismo, promoverá la conjugación de esfuerzos para mejorar la atención y el desarrollo de aquellos lugares en que pueda ser susceptible elevar el nivel de vida de sus habitantes, mediante su participación en la actividad turística.

Artículo 27. *Las Delegaciones destinarán una partida de su presupuesto anual para promover el Turismo Social.*

Artículo 30. *La Secretaría, a través de la realización de estudios sociales y de mercado, así como de la consulta al Registro Turístico del Distrito Federal, estimulará y promoverá entre la iniciativa privada y el sector social, la creación y operación de cadenas productivas y redes de valor en torno a los desarrollos turísticos nuevos y existentes, con el fin de impulsar la economía local y buscar el desarrollo regional.*

Artículo 37. *Corresponde a la Secretaría la Promoción Turística, en el ámbito local, nacional e internacional, del Distrito Federal. Las delegaciones deberán promover la actividad turística en su demarcación territorial en el marco del Programa y de los Programas Delegacionales.*

En el caso de la promoción internacional, esta se llevará a cabo en coordinación con las autoridades federales en la materia.

Artículo 38. *La Secretaría expedirá los lineamientos técnicos para el diseño y la producción de las campañas publicitarias del turismo del Distrito Federal.*

Artículo 39. *La marca turística de la Ciudad de México es el elemento gráfico que identifica a esta última como destino turístico en el ámbito local, nacional e internacional.*

La Secretaría promoverá el uso de la marca turística en todos los materiales gráficos, visuales y electrónicos que se utilicen con fines de promoción y difusión turísticas.

Artículo 40. *La Promoción Turística nacional e internacional comprenderá, entre otras, las siguientes actividades, estrategias y acciones:*

- I. La participación de la Secretaría y de los prestadores de servicios turísticos en eventos, congresos y exposiciones turísticas nacionales e internacionales;*
- II. La publicación y distribución de libros, revistas, folletos y otros materiales audiovisuales o electrónicos, dedicados a la difusión de los atractivos turísticos, el patrimonio turístico, las categorías del turismo y los servicios turísticos del Distrito Federal, a nivel nacional e internacional;*
- III. El apoyo a los eventos que de manera anual organice la Secretaría para la promoción de la Ciudad de México;*
- IV. La promoción de la Ciudad de México como destino para la inversión turística entre inversionistas nacionales y extranjeros;*
- V. La Secretaría, a través de programas de certificación, promoverá la excelencia en la gestión de los hoteles y restaurantes cuyos estándares de servicio y características arquitectónicas y gastronómicas, reflejen y promuevan la riqueza de la cultura mexicana;*
- VI. La difusión de la marca, imagen y servicios turísticos, así como los atractivos turísticos del Distrito Federal, en medios de comunicación masiva; y*
- VII. Cualquier otra actividad cuya finalidad sea la comunicación persuasiva para incrementar la imagen, los flujos turísticos, la estadía y el gasto de los turistas en la Ciudad de México.*

Artículo 42. *El Fondo Mixto de Promoción Turística del Distrito Federal es un fideicomiso público de la Administración Pública del Distrito Federal que tiene como función primordial implementar, asesorar y financiar los planes, programas y acciones de Promoción Turística del Distrito Federal.*

Artículo 43. *Son finalidades del Fondo:*

- I. Contribuir a la realización oportuna y eficaz, de los programas de Promoción Turística de la Secretaría, con la anticipación que requieren las campañas, temporadas y eventos turísticos;*
- II. Implementar programas para promover, fomentar y mejorar la Actividad Turística y la imagen de la Ciudad de México, a través de la elaboración y difusión de campañas de promoción y publicidad nacional e internacional.*
- III. Evaluar la viabilidad de los proyectos antes de que se sometan a la consideración de su Comité Técnico, a través del Sub-Comité de Evaluación de Proyectos;*
- IV. Apoyar a la Secretaría, en el desarrollo de los programas para promocionar, fomentar y mejorar la Actividad Turística de la Ciudad de México, a través de la elaboración y difusión de campañas de promoción y publicidad turística nacional e internacional;*
- V. Adquirir valores emitidos para el fomento del turismo, por instituciones del sistema financiero o por empresas dedicadas a la actividad turística;*
- VI. Elaborar y presentar ante el Comité Técnico, informes de actividades y, a través de su fiduciario, estados contables y financieros;"*

De todo lo anterior, se propone el siguiente:

IV. RESOLUTIVOS

Por lo antes expuesto, fundado y motivado, someto a la consideración del Pleno de este H. Congreso de la Ciudad de México, el siguiente Punto de Acuerdo.

ÚNICO. - *Se exhorta respetuosamente a la titular de la Secretaría de Turismo de la Ciudad de México, para que, de conformidad con sus facultades, atribuciones y de conformidad con su suficiencia presupuestal, implemente*

actividades de manera conjunta con el Sistema de Transporte Colectivo "METRO", a efecto de que se transmitan vídeo-spots referentes a las diversas atracciones turísticas y festividades de las 16 Alcaldías de la Ciudad de México en las pantallas de los trenes, vagones y estaciones de dicho sistema, con el propósito de potencializar el Turismo de la capital.

Dado en el Palacio Legislativo de Donceles de la Ciudad de México, a los 06 días del mes de abril de 2022.

ATENTAMENTE


Chris Monteros

DIP. ADRIANA MARÍA GUADALUPE ESPINOSA DE LOS MONTEROS GARCÍA

