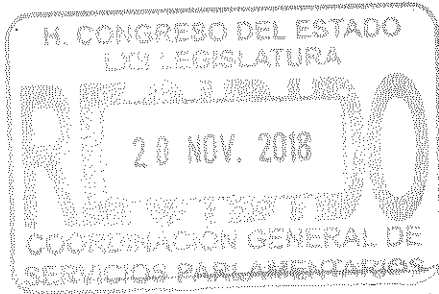




HONORABLE CONGRESO DEL ESTADO
LIBRE Y SOBERANO
San Luis Potosí

"2018, Año de Manuel José Othón".



San Luis Potosí, San Luis Potosí.

A los 14 días del mes de noviembre del año 2018.

CC. Diputadas y diputados secretarios de la LXII Legislatura del Congreso del Estado de San Luis Potosí.

Presentes.

Con base en los fundamentos establecidos en los artículos 61 de la Constitución Política del Estado Libre y Soberano de San Luis Potosí; 130 y 131 de la Ley Orgánica del Poder Legislativo del Estado de San Luis Potosí; y 61, 62, y 65 del Reglamento para el Gobierno Interior del Congreso del Estado de San Luis Potosí **José Antonio Zapata Meraz, Diputado Local por el VII Distrito en la LXII Legislatura e integrante del Grupo Parlamentario del Partido Acción Nacional**, presento a la honorable consideración de esta Asamblea la presente **Iniciativa con Proyecto de Decreto que propone ADICIONAR fracción XXXIII al artículo 8º; REFORMAR el artículo 78; y ADICIONAR fracción VIII al artículo 86, todos de y a la Ley de Turismo del Estado de San Luis Potosí** con la finalidad de fortalecer las marcas turísticas estatal y regionales, establecer sus reglas de uso, así como su diferenciación respecto a los elementos de comunicación social de los gobiernos estatal y municipales, y conceder atribuciones a la Secretaría de Turismo para definir las marcas, y al Consejo Consultivo Estatal para realizar propuestas sobre su diseño. Con base en la siguiente:



HONORABLE CONGRESO DEL ESTADO
LIBRE Y SOBERANO
San Luis Potosí

"2018, Año de Manuel José Othón".

Exposición de motivos.

Según cifras del INEGI, San Luis Potosí, se encuentra en segundo lugar nacional de crecimiento industrial y turístico, con 17.6%, apreciación que se sostiene con otras estadísticas, ya que en este año 2018, por ejemplo, la expectativa de visitantes al estado durante semana santa, no solamente se cumplió, sino que fue superada por un 5%.¹ También, y de manera similar, durante las pasadas festividades del día de muertos en la Huasteca Potosina, las actividades por el Xantolo superaron la expectativa de recibir 42 mil visitantes.²

Los datos globales del 2017 integrados por la Secretaría de Turismo, afirman que la "afluencia de turistas fue de 1 millón 763 mil 395 personas lo que representó un incremento del 10.5% respecto al 2016." Las cuatro regiones del estado se vieron beneficiadas ya que aumentaron su captación turística, en el menor de los casos en 6.2%, y en el mayor 11%. Respecto a la derrama económica que el turismo trae para el estado, en el 2017 ésta alcanzó 2 mil 922 millones de pesos, aumentando 15.5% comparado al 2016.³

Si bien el panorama marca avances en el rubro, es necesario impulsar las actividades turísticas, con miras a consolidar a nuestro estado como uno de los grandes destinos en el país.

Con el objeto de apoyar las actividades turísticas la Ley de Turismo tiene varios objetivos y entre ellos, y de acuerdo a la fracción II del artículo 3º, se encuentra: *II. Promover y fomentar la actividad turística.*

El objetivo de la promoción de los destinos turísticos es aumentar la captación para aumentar la derrama económica de la actividad; recordemos que, económicamente, uno de los aspectos clave del turismo, es que si bien las estadísticas captan la ocupación hotelera y los ingresos directos relacionados, los visitantes también generan ingresos a los proveedores de servicios y de bienes como es el caso de las artesanías, por lo que aumentar la captación redundará en beneficios para sectores amplios de la población. En la misma medida que el

¹ <http://www.globalmedia.mx/articulos/Supera-expectativas-turismo-en-Semana-Santa-y-Pascua-2018>
Consultado el 5 de noviembre 2018

² <http://www.elfinanciero.com.mx/bajio/asisten-mas-de-42-mil-turistas-al-xantolo> Consultado el 13 de noviembre 2018

³ http://www.datatur.sectur.gob.mx/ITxEF/ITxEF_SLP.aspx Consultado el 13 de noviembre 2018



HONORABLE CONGRESO DEL ESTADO
LIBRE Y SOBERANO
San Luis Potosí

"2018, Año de Manuel José Othón".

turismo se desarrolle, logra impulsar el desarrollo económico de las distintas regiones del estado.

Sin embargo, en la actualidad, el turismo es un mercado altamente competitivo y se requieren nuevas y mejores estrategias para alcanzar al público y motivar su interés; en ese contexto una opción es fortalecer la identidad de la oferta turística y distinguirla de las otras en el mercado, como lo han señalado expertos: *"Debido a la creciente competencia en el mercado del turismo, la personalidad de destino se convierte en una variable clave para el desarrollo de marcas de destino y la elaboración de una identidad única para los lugares turísticos."* *"...un desafío clave para las empresas es poner valor en su marca; la gran mayoría de los turistas escoge sus destinos por la marca e imagen que percibe de ellos."* *"(Se tiene que hacer) ...un esfuerzo por diferenciar sus identidades y subrayar el carácter único de su destino."*⁴

Por medio de la conformación de una marca turística, se busca mejorar la imagen de un destino turístico, resaltando sus atributos

*"...un branding (marca) turístico está conformado por los activos tangibles e intangibles, estos son transmitidos por su visión, misión, valores y producto ofertado, lo que da origen a la diferenciación de una marca; buscando construir una promesa de una experiencia turística única y sostenible en el tiempo, aumentando la preferencia y la fidelidad de los consumidores."*⁵

La importancia de la marca turística no ha pasado desapercibida por las Leyes, ya que la Ley de Turismo del Estado la menciona en sus artículos 78, 79 y 80, en aspectos promocionales:

ARTICULO 78. La marca turística del Estado, así como las de las regiones, centro, huasteca, altiplano, y media, son elementos gráficos que identifican a la Entidad como destino turístico en el ámbito local, nacional, e internacional.

⁴ José Antonio Folgado Fernández. Paulo Alexandre Oliveira Duarte. José Manuel Hernández Mogollón. Imagen del destino y marca turística: Sinergias e implicaciones. En: *Book of proceedings vol. I – International Conference on Tourism & Management Studies – Algarve 2011.*

⁵ <https://www.innovtur.com/branding-de-destinos-la-importancia-de-crear-una-marca-turistica/> Consultado el 10 de noviembre 2018



HONORABLE CONGRESO DEL ESTADO
LIBRE Y SOBERANO
San Luis Potosí

"2018, Año de Manuel José Othón".

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

ARTICULO 79. En la promoción turística y material promocional que edite la Secretaría, se dará preferencia a aquellos prestadores de servicios turísticos que:

I. En sus productos, servicios e instalaciones, así como en sus materiales gráficos y audiovisuales, utilicen las marcas turísticas del Estado,

Sin embargo, esta reforma busca clarificar y actualizar lo relativo a la marca turística en la Ley, para adecuar este elemento a los tiempos actuales de expansión y competencia en el rubro, y que pueda servir como un apoyo para el crecimiento.

Se plantea, por lo tanto, redefinir la marca turística en la Norma para clarificar sus elementos, establecer con claridad sus reglas de uso, así como la atribución de la Secretaría de Turismo para definir la marca y autorizar sus usos, y fijar su diferenciación respecto a elementos utilizados por las estrategias de comunicación social del gobierno de la Entidad y de los Ayuntamientos.

Con esta reforma, el objetivo de la marca turística se definiría como: aumentar la proyección y competitividad turística del estado y de las regiones a nivel nacional e internacional, por medio de su presencia estable y a largo plazo, y con independencia de los periodos administrativos.

Así mismo, las marcas se deberán usar en los principales puntos de enlace de pasajeros, así como en eventos, productos, servicios e instalaciones orientados al turismo, siempre y cuando se cuente con autorización de la Secretaría de Turismo.

De acuerdo a la opinión de expertos, al fortalecer este elemento, se pueden producir varios efectos beneficiosos en términos de promoción turística, basados en la distinción y claridad con la que la entidad se presentaría ante el mercado nacional e internacional, al lograr:



HONORABLE CONGRESO DEL ESTADO
LIBRE Y SOBERANO
San Luis Potosí

"2018, Año de Manuel José Othón".

- *Crear un conjunto de expectativas favorables ante una experiencia de viaje única.*
- *Consolidar y perdurar la unión emocional entre el turista y el destino.*
- *Centrar la búsqueda de consumidores potenciales, disminuyendo costes y aumentando la rentabilidad de las acciones de marketing.*⁶

El contar con una marca turística definida para el estado y las regiones, puede redundar en una reducción de los costos de promoción en el futuro, ya que sus estrategias de comunicación se basarían en el continuo fortalecimiento e innovación con los elementos de la marca, y no en el diseño de nuevos rasgos.

Además, se provee de un elemento estable, que puede permanecer a lo largo de varias administraciones, para el desarrollo de las campañas turísticas.

Finalmente, se propone que el Consejo Consultivo Estatal, que reúne tanto a representantes de empresarios como a autoridades en el ramo turístico, tenga entre sus atribuciones presentar propuestas a la Secretaría de Turismo para el diseño de las marcas turísticas, con lo cual se podrán actualizar cuando sea necesario.

Otras Entidades en el país como Sonora, Quintana Roo, Sinaloa, Baja California Norte e Hidalgo, han tomado medidas normativas similares a la que aquí se propone para reforzar su promoción turística por medio del uso de una marca.

En este panorama competitivo en materia turística y que se avizora aún más intenso para los próximos años, San Luis Potosí no puede quedarse atrás, antes por el contrario, debe continuar creciendo y consolidarse como un destino nacional e internacional. Para eso, resulta necesario realizar las reformas que le den al estado un lugar reconocido en el sector turístico a largo plazo.

Con base en los motivos anteriores se propone el siguiente

⁶ José Antonio Folgado Fernández. Paulo Alexandre Oliveira Duarte. José Manuel Hernández Mogollón. Imagen del destino y marca turística: Sinergias e implicaciones. En: *Book of proceedings vol. I – International Conference on Tourism & Management Studies – Algarve 2011.*



HONORABLE CONGRESO DEL ESTADO
LIBRE Y SOBERANO
San Luis Potosí

"2018, Año de Manuel José Othón".

Proyecto de Decreto.

Único. Se ADICIONA nueva fracción XXXIII al artículo 8º con lo que la actual XXXIII pasa a ser XXXIV; se REFORMA el artículo 78; y se ADICIONA fracción VIII al artículo 86, todos de y a la Ley de Turismo del Estado de San Luis Potosí; para quedar como sigue.

LEY DE TURISMO DEL ESTADO DE SAN LUIS POTOSÍ

ARTICULO 8º. La Secretaría, además de las que le confiere la Ley Orgánica de la Administración Pública del Estado de San Luis Potosí, tendrá las siguientes atribuciones:

I a XXXII...

XXXIII. Establecer las marcas turísticas del Estado y las marcas turísticas regionales, y

XXXIV. En general, ejercer todas aquellas facultades y actos que le otorgue esta Ley, así como otras disposiciones legales.

ARTICULO 78. La marca turística del estado, así como las de las regiones, centro, huasteca, altiplano, y media, son elementos gráficos, colores y palabras asociados a atributos singulares, y en algunos casos exclusivos, que facilitan la identificación, asociación y reconocimiento del estado y las regiones que lo integran; tienen el objetivo de aumentar la proyección y competitividad turística de la entidad y las regiones a nivel nacional e internacional, por medio de su presencia estable y a largo plazo, con independencia de los periodos administrativos.

La Secretaría promoverá el uso de las marcas turísticas en todos los materiales gráficos, visuales y electrónicos que se utilicen con fines de promoción y difusión turísticas, y se procurará que las marcas turísticas regionales sean utilizadas junto a los elementos de la marca estatal.

Las marcas deberán usarse solamente en campañas turísticas diseñadas para el ámbito estatal nacional e internacional, y en los casos siguientes:

- I. La marca estatal y las marcas regionales deberán estar presentes en los principales puntos de enlace terrestre y aéreo de pasajeros de la**



HONORABLE CONGRESO DEL ESTADO
LIBRE Y SOBERANO
San Luis Potosí

"2018, Año de Manuel José Othón".

- entidad, así como en lugares y eventos públicos con afluencia turística, previa autorización por parte de la Secretaría;
- II. Además, podrán usarse en productos, servicios e instalaciones, así como en materiales gráficos y audiovisuales orientados al turismo, previa autorización por parte de la Secretaría.

El conjunto de motivos gráficos, paletas de colores y palabras utilizadas por la administración estatal y las administraciones municipales en sus campañas de comunicación social, en todos los casos, deberán ser distintos a los elementos de la marca turística del estado y a las marcas de las regiones.

ARTICULO 86. El Consejo tendrá las siguientes atribuciones:

I a VII ...;

VIII. Hacer propuestas a la Secretaría sobre el diseño y los elementos de las marcas turísticas estatal y regionales.

Transitorios.

Primero. Esta Ley entrará en vigor al día siguiente de su publicación en el Periódico Oficial del Estado.

Segundo. Se derogan las disposiciones anteriores sobre la materia, en lo que se opongan a lo establecido por la presente Ley.

Atentamente:



Dip. José Antonio Zapata Meraz
Grupo Parlamentario del Partido Acción Nacional