

CON PUNTO DE ACUERDO, POR EL QUE SE EXHORTA A LA ASF A INICIAR LAS AUDITORÍAS CORRESPONDIENTES AL CONTRATO PARA PRESENTAR EL ESPECTÁCULO JOYA, EL CONVENIO A FIN DE PRODUCIR EL ESPECTÁCULO LUZIA, CON CLAVE MTB/DRNA/025/2014, Y EL CONTRATO PARA CONSTRUIR EL PRIMER PARQUE TEMÁTICO EN NUEVO VALLARTA, NAYARIT, SUSCRITOS POR EL CONSEJO DE PROMOCIÓN TURÍSTICA DE MÉXICO CON GRUPO VIDANTA Y EL CIRQUE DU SOLEIL, A CARGO DEL DIPUTADO ÁNGEL ANTONIO HERNÁNDEZ DE LA PIEDRA, DEL GRUPO PARLAMENTARIO DE MORENA

El que suscribe, diputado Ángel Antonio Hernández de la Piedra, del Grupo Parlamentario de Morena, con fundamento en los artículos 6, numeral 1, fracción I, y 79, numerales 1, fracción II, y 2 del Reglamento de la Cámara de Diputados, se permite presentar a consideración de esta soberanía, la siguiente proposición con punto de acuerdo de urgente u obvia resolución, bajo las siguientes

Consideraciones

El 14 de Enero de 2016, el diario “El Economista” publicó la nota **“Marca México busca publicidad con circo y deporte”**, informando que el Cirque du Soleil la llevará por el mundo. “Trabajamos en el proyecto con Cirque du Soleil, que por siete años tendrá presentaciones en Canadá, Estados Unidos y Europa”, señaló Enrique de la Madrid, Secretario de Turismo.

Durante la inauguración de la V Conferencia Anáhuac, “Perspectivas Turísticas de México”, el funcionario explicó que de la misma manera que en el 2015, se realizó la Fórmula Uno y se apoyó la realización de la película Spectre, junto con la iniciativa privada, este año se continuarán los esfuerzos para difundir, a gran escala, los atractivos del País y de la marca México.¹

“Estamos trabajando en el proyecto con Cirque du Soleil, que por siete años tendrá presentaciones en Canadá, Estados Unidos y Europa, con la influencia de la cultura mexicana, además de los juegos de NFL. Son eventos que estamos generando para dar más visibilidad y el reto será ¿cómo aprovechar esa visibilidad para que se aterrice en más viajeros y visitantes?”, explicó.

En noviembre pasado, el presidente de Parques Temáticos y Contenido Inmersivo del circo de origen canadiense, Martín Boudreau, aseguró a El Economista que habían iniciado los trabajos del nuevo espectáculo, como una gestión de la anterior ex secretaria de Turismo, Claudia Ruiz Massieu.

“Creemos en la belleza de México y ayudaremos a promoverla”, aseguró, aunque no mencionó el nombre de los empresarios asociados al proyecto.

De la Madrid refirió también ante empresarios y estudiantes que la estrategia de turismo social, que podría llamarse Turismo para Todos o Turismo para Nosotros, se presentará, a más tardar, en abril próximo y se acompañará de una campaña de concientización sobre la importancia del turismo para México”.

En el mes de febrero del año en curso, el ex director del Consejo de Promoción Turística de México (CPTM), Rodolfo López Negrete, anunció durante su presentación en el XIV Foro Nacional de Turismo, que se llevaría a cabo en la Ciudad de México, con la prestigiosa marca Cirque du Soleil el 21 de abril del año en curso un espectáculo itinerante dedicado a México, lo que ayudará -en su opinión- a afianzar la marca del país.²

“Este nuevo espectáculo tendrá su punto de partida en Montreal, Canadá, y de ahí realizará una gira mundial llevando el colorido de México a todos los rincones del mundo, lo que será una gran ayuda para posicionar la marca del país.

López Negrete, que actualmente tiene 6 años al frente del CPTM, y que ha trabajado con 4 diferentes secretarios de Turismo, parece haber superado los rumores de su salida cuando Enrique de la Madrid llegó a la secretaría. En su opinión, lo más complicado a lo que se afronta México actualmente es mantener los niveles históricos de crecimiento de 2014 y 2015, con 11 y 11.5%, por todas las situaciones socioeconómicas que se viven en el mundo, sin embargo sí considera que México podrá crecer arriba del promedio mundial, es decir cerca del 7% contra 3.5 del crecimiento calculado por la OMT.

Como le ha informado reportur.mx, Cirque du Soleil ha fortalecido su relación con México al montar en Riviera Maya un escenario permanente con el espectáculo Joya, y próximamente abrirán un parque temático en Puerto Vallarta. (Vidanta sumará 3 resorts al Cirque du Soleil que trae a Puerto Vallarta)

López Negrete dijo que los rankings no importan, son irrelevantes y minimizó el hecho de que México sea excluido del top 10 mundial cuando la OMT presente sus números próximamente. Dijo que cada mercado se mide de manera diferente, lo que importa es mejorar en ingresos y en eso se trabaja, por lo que apostarán en promoción en mercados lucrativos.

También fijó una postura clara en cuanto a la internación y es que México debe dar el paso, pues abrirá un sin fin de posibilidades a nuestro mercado número uno que es el de Estados Unidos”.

Del 25 al 28 de abril de 2016 se realizó el Tianguis Turístico en Jalisco en su 41ª edición, este evento fue inaugurado por el Presidente Enrique Peña Nieto, durante este evento se anunció que “diseñaron un espectáculo basado en la cultura, historia y música de México, el cual fue bautizado como Luzia. También se dio a conocer que para ser sede de este show en nuestro país se está construyendo en Nuevo Vallarta (Nayarit) lo que será el primer parque del Cirque”.³

“En mayo de 2014, el Consejo de Promoción Turística de México le pagó medio millón de dólares (seis millones 433 mil pesos al cambio de esa fecha) al actor Kevin Spacey, a través de la empresa que lo representa: Leisure Opportunities, LLC, para que diera una conferencia durante el Tianguis Turístico de Riviera Maya-Cancún. Eran los días en que la estrella de Hollywood estaba en todo su apogeo mediático al estelarizar la exitosa serie política House of Cards, tanto, que hasta el presidente Enrique Peña Nieto platicó con él.

Como la transparencia no suele ser algo usual en el Consejo de Promoción Turística de México (CPTM), el director general de esta dependencia, Rodolfo López Negrete, trató de ocultar cuánto le había pagado al actor, cuando se le preguntó, al responder solamente que “la presencia de un líder de opinión hace el evento más atractivo para las audiencias que nos interesa captar”. No obstante, con esto el funcionario aportó algo novedoso al anquilosado Tianguis y se arriesgó a hacer inversiones fuertes con una acción de promoción de alto nivel que nunca se había practicado aquí financiada con **fondos gubernamentales** .

Esta estrategia la repitió al año siguiente en el Tianguis de Acapulco, a donde llevó como conferencista al ex primer ministro del Reino Unido, Tony Blair, quien lo mínimo que cobra es 196 mil euros (el CPTM no informó del monto del pago).

Este año había cierta expectativa por ver cuál sería la estrella que hablaría en el Tianguis de Guadalajara (efectuado a finales de abril) y el encargo recayó en Daniel Lamarre, CEO del Cirque du Soleil. Pero en realidad la sorpresa fue el anuncio de que diseñaron un espectáculo basado en la cultura, historia y música de México, al cual bautizaron como “**Luzia**”. También dio a conocer que para ser sede de este show en nuestro país, se está construyendo en Nuevo Vallarta lo que será **el primer parque temático del Cirque** , lo cual no es tan nuevo, este proyecto lo comentamos en este espacio a principios del año pasado, cuando informamos que **el inversionista es Daniel Chávez Morán, propietario de Grupo Vidanta, uno de los empresarios que últimamente ha sido de los más activos en México.**

Este proyecto de Nuevo Vallarta, en la Riviera Nayarit, incluye, además del parque, tres hoteles, un parque acuático y un teatro para montar el espectáculo. Chávez Morán es un empresario de bajo perfil mediático que rechaza dar entrevistas y aparecer en público, pero debido a las cuantiosas inversiones que ha realizado en los últimos años, ha tenido que hacerlo, como a finales de 2014, cuando inició su relación de negocios precisamente con Lamarre.

En noviembre de ese año **inauguró en la Riviera Maya un teatro** que construyó exclusivamente **para presentar el show del Cirque du Soleil llamado “Joya”**, el cual se encuentra permanente para los turistas que visitan este destino y Cancún. Y, aunque en ese proyecto invirtió **520 millones** de pesos, la empresa explica que, por motivos de seguridad, prefiere no dar a conocer el monto de sus inversiones futuras, pero es obvio que el dinero que destine a Nuevo Vallarta será muy superior a su teatro en Riviera Maya.

Sin embargo, la sorpresa mayor en el Tianguis de Guadalajara fue cuando la **Secretaría de Turismo informó que por “Luzia” el gobierno mexicano le pagará 47.4 millones de dólares al Cirque du Soleil en un lapso de cinco años, es decir: un promedio de 9.4 millones al año.**

Parece mucho dinero, y lo es (870 millones de pesos al cambio de ayer), pero es de llamar la atención que, si hace dos años muchos se escandalizaron por los 500 mil dólares que se le pagaron a Spacey, hoy nadie ha protestado por este enorme contrato con el circo canadiense.

Quizá la razón se deba a que la promoción turística de México bajo el mando de López Negrete le ha dado a nuestro país los tres mejores años en la historia de esta industria y actualmente lo tiene ocupando la novena posición en el top ten mundial de los países más visitados.

El director general del CPTM se ha atrevido a invertir fuertes cantidades de dinero en formas de promoción innovadoras para nuestro país y difícilmente alguien le podría negar que éstas han contribuido a los años dorados que vivimos turísticamente hablando, si es que el retorno de inversión lo miden en la cantidad de visitantes foráneos que llegan y las divisas que dejan aquí.

Tuve la oportunidad de ver “Luzia” a finales de abril en Montreal y temo decir que quienes esperen ver mariachis tocando “El son de la negra” se decepcionarán, porque se trata de un espectáculo muy conceptual, donde los iconos de la cultura mexicana aparecen de una manera muy sutil y estilizada. Es una representación de primer nivel que, según afirmó el secretario de Turismo, Enrique de la Madrid, recorrerá 450 ciudades alrededor del mundo durante los próximos siete años, por lo menos, con 320 funciones por año; es decir, es una inversión a mediano plazo.

De la Madrid externó que esta es otra manera de promocionar a México “enfocada en los segmentos de turismo a los que queremos impactar y atender”, y tal vez ahí está la clave: en Montreal el precio de los boletos va de los 44 a los 305 dólares canadienses (609 a cuatro mil 220 pesos), en tanto que si usted quiere ver “Joya” en la Riviera Maya, la entrada más barata es de mil 260 pesos, pero si desea uno de los mejores lugares, cenar y que le sirvan champaña sin límite, deberá desembolsar cuatro mil pesos.

Así, queda claro que el objetivo es seguir captando turistas, pero de alto poder adquisitivo, porque actualmente ocupamos el noveno lugar mundial en visitantes, pero estamos en el sitio 17 en captación de divisas, entre ambos indicadores existe una brecha que hay que cerrar o, mejor aún, invertir”.

Como podemos darnos cuenta, diversos medios de comunicación han hecho del conocimiento público cómo el CPTM año tras año ha pagado y ha otorgado contratos millonarios con la finalidad de “promocionar la marca México” sin considerar que el presupuesto destinado al sector turístico no cubre con las necesidades de nuestro País. Para Morena, celebrar este tipo de contratos para promocionar a México a nivel internacional es irracional e irresponsable, es un enorme derroche del erario público. En este sentido y en el marco de la transparencia,

rendición de cuentas y combate a la corrupción, estas acciones deben ser transparentes y el Consejo de Promoción Turística debe rendir cuentas sobre la administración de los recursos que le son otorgados año tras año.

Con la finalidad de conocer algunos de los destinos de los recursos utilizados por esta entidad gubernamental, Morena se dio a la tarea de indagar sobre los contratos otorgados al Cirque Du Soleil. De nuestras indagatorias podemos destacar que el contrato para la Construcción del Teatro en la Riviera Maya para presentar el espectáculo **“JOYA”**, el convenio para la producción del espectáculo **“LUZIA”** como parte de la Plataforma de Marketing que posiciona la marca México en los mercados internacionales y respecto a la **Construcción del Primer Parque Temático** en Nuevo Vallarta, Nayarit, estos contratos le fueron otorgados al consorcio conformado por Grupo Vidanta y la empresa canadiense Cirque du Soleil.

Cabe destacar que el Grupo Vidanta es considerado como el conglomerado más grande de empresas constructoras de hoteles de playa en México. Actualmente opera marcas hoteleras como Grand Luxxe, The Grand Mayan, Mayan Palace, los destinos en donde se ubican sus complejos hoteleros son: Nuevo Vallarta, Riviera Maya, Los Cabos, Acapulco, Puerto Peñasco, Puerto Vallarta y Mazatlán. La compañía maneja el mayor operador de campos de golf, y de acuerdo con la publicación de la revista FORBES, su presidente está dentro los inversionistas más poderosos del turismo.⁴

El Grupo Vidanta aparte de haber obtenido contratos millonarios del CPTM, cuenta con dos fundaciones: Fundación Vidanta www.fundacionvidanta.org y Fundación Delia Morán www.fundaciondeliamoran.org. En relación a la información que proporciona el portal de la primera, esta arrancó sus trabajos en 2005 por su fundador Daniel Chávez Morán, ahora Presidente de Grupo Vidanta, en tanto que la segunda se creó en el año 2013, con el apoyo del gobierno de Nayarit,⁵ mismo que le otorgó recursos públicos para ambas fundaciones. Estos hechos son reprobables, si se considera la crisis económica por la que atraviesa nuestro País. Misma que lo ha obligado a implementar de manera inmediata recortes presupuestales a diversos sectores. Por ejemplo, el Proyecto de Presupuesto de Egresos de la Federación para el ejercicio 2017, prevé un recorte al gasto en materia de cultura de por lo menos el 30 por ciento respecto del aprobado para este año, le recortaron los 2 mil 500 millones a la Secretaría de Cultura que le eran asignados, y por si esto no fuera suficiente, desaparecen los recursos destinados a instituciones estatales y de los programas de apoyo a infraestructura cultural de las entidades y a las actividades municipales y comunitarias.

Para Morena, los recursos públicos que el CPTM ha destinado para el contrato para la Construcción del Teatro en la Riviera Maya para presentar el espectáculo **“Joya”**, el convenio para la producción del espectáculo **“Luzia”** con Grupo Vidanta y Cirque Du Soleil y la **construcción del primer parque temático** en Nuevo Vallarta, Nayarit, son evidencia clara de la falta de una política pública integral en materia del sector turístico.

Los recursos públicos utilizados para posicionar la marca México a través de este tipo de contratos, son evidencia de cómo entidades gubernamentales benefician a grandes empresas otorgándoles contratos millonarios, que lejos de contribuir a un desarrollo económico, generan desconfianza, desnudan la opacidad de los recursos públicos, evaden la rendición de cuentas y propician la coalición entre servidores públicos y empresas privadas que se corrompen para garantizar intereses propios.

Como lo mencionamos en párrafos anteriores, el Grupo Vidanta y el Cirque Du Soleil se han beneficiado del erario público desde el año 2014 por los espectáculos **“Joya”** y **“Luzia”** por más de 1 mil millones de pesos. Mientras que para la Construcción del Primer Parque Temático se prevé una inversión de mil 300 millones de dólares, es decir, más de 24 mil 500 millones de pesos.

Por todo lo anterior, Morena hace un exhorto al CPTM para que en el ámbito de sus atribuciones, cancele la Construcción del Primer Parque Temático, en el estado de Nayarit, al considerar que no existe ningún argumento para continuar con la construcción del mismo, por mercantilizar las actividades culturales del país, no contribuir al

desarrollo cultural de México, debilitar a las instituciones públicas del sector y no garantizar una verdadera promoción turística. A demás de considerar que los recursos que se prevé invertir solo para este proyecto son dos veces lo presupuestado para la nueva Secretaría de Cultura en el paquete económico 2017, aun cuando se trate de un contrato a largo plazo, este no puede ser considerado como una acción estratégica para el País.

Por lo antes expuesto y con fundamento en las disposiciones invocadas en el proemio, someto a consideración del Pleno la siguiente proposición con

Punto de Acuerdo

Primero. La Cámara de Diputados del Congreso de la Unión exhorta a los titulares de la Secretaría de Turismo y del Consejo de Promoción Turística de México para que, en el marco de sus atribuciones, hagan del conocimiento público el estatus que guarda el contrato que tiene suscrito el Consejo de Promoción Turística de México con la empresa Creations Meandres, Inc., con clave MTB/DRNA/025/2014, por el periodo del 7 de mayo de 2014 al 7 de mayo de 2023.

Segundo. La Cámara de Diputados del H. Congreso de la Unión exhorta respetuosamente a la Auditoria Superior de la Federación para que en el marco de sus atribuciones inicie las auditorias correspondientes respecto del contrato para la Construcción del Teatro en la Riviera Maya para presentar el espectáculo “**Joya**”, el convenio para la producción del espectáculo “**Luzia**” como parte de la Plataforma de Marketing que posiciona la marca México en los mercados internacionales con clave MTB/DRNA/025/2014, y a la **Construcción del Primer Parque Temático** en Nuevo Vallarta, Nayarit.

Tercero. La Cámara de Diputados del H. Congreso de la Unión exhorta a la Secretaria de la Función Pública para que en el marco de sus atribuciones, revise el apego a la legalidad en la celebración del contrato para la Construcción del Teatro en la Riviera Maya para presentar el espectáculo “**Joya**”, el convenio para la producción del espectáculo “**Luzia**” como parte de la Plataforma de Marketing que posiciona la marca México en los mercados internacionales con clave MTB/DRNA/025/2014, y al contrato para la **Construcción del Primer Parque Temático** en Nuevo Vallarta, Nayarit.

Notas

1 Marca México busca publicidad con circo y deporte, *El Economista*, Alejandro de la Rosa, 14 de enero de 2016. <http://eleconomista.com.mx/industrias/2016/01/14/marca-mexico-busca-publicidad-circo-deporte>

2 Anuncia CPTM “Luzia” Cirque du Soleil itinerante dedicado a México. reportur.mx, Arturo Medina Galindo, 23 de febrero de 2016.

<http://www.reportur.com/mexico/2016/02/23/anuncia-cptm-luzia-cirque-du-soleil-itinerante-dedicado-a-mexico/>

3 Kevin Spacey, Tony Blair y “Luzia”. *El Financiero*, 11 de mayo 2016, <http://www.elfinanciero.com.mx/opinion/kevin-spacey-tony-blair-y-luzia.html>

4 Daniel Chávez Morán, http://www.fundaciondeliamoran.org/daniel_chavez_moran.php

5 Fundación Delia Morán - Vidanta, <http://www.fundaciondeliamoran.org/>

Palacio Legislativo de San Lázaro, 22 de septiembre de 2016.

Diputado Ángel Antonio Hernández de la Piedra
(rúbrica)

SIL